

**CAPITAL SOCIAL Y ACTITUDES EMPRENDEDORAS EN
ESTUDIANTES DE INSTITUCIONES CON ENFOQUE DE RSU EN LA
CIUDAD DE BARRANQUILLA**

**JUAN CARLOS VARELA
JOHANA CORTÉS HERNÁNDEZ**



**UNIVERSIDAD DE LA COSTA CUC
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
BARRANQUILLA, COLOMBIA
2020**

**CAPITAL SOCIAL Y ACTITUDES EMPRENDEDORAS EN
ESTUDIANTES DE INSTITUCIONES CON ENFOQUE DE RSU EN LA
CIUDAD DE BARRANQUILLA**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE MAGISTER EN
ADMINISTRACIÓN**

**AUTORES:
JUAN CARLOS VARELA
JOHANA CORTÉS HERNÁNDEZ**

**TUTOR:
ODETTE CHAMS ANTURI**

**CO-TUTOR:
EDUARDO ANTONIO CHANG MUÑOZ**

**UNIVERSIDAD DE LA COSTA CUC
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
BARRANQUILLA, COLOMBIA
2020**

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Agradecimientos

Agradecemos principalmente a Dios, por permitirnos tener la oportunidad de estar en esta maestría, por ser nuestra roca en los momentos de dificultad y llevarnos de la mano hasta el fin. A nuestra familia por ser pacientes y apoyarnos en esta etapa tan importante para nosotros. Y un agradecimiento especial a todos los docentes que nos compartieron sus conocimientos para formarnos y guiarnos a ser mejores profesionales. GRACIAS

Resumen

La literatura de negocios reconoce que el emprendimiento es uno de los elementos que contribuye positivamente al crecimiento económico. De igual forma, reconoce que el contexto universitario es un importante generador de nuevas iniciativas empresariales, las cuales pueden enmarcarse dentro de la Responsabilidad Social Universitaria, término derivado o adaptado de la corriente teórica de la Responsabilidad Social Empresarial. El emprendimiento en el contexto universitario tiene un alto impacto en la generación y fortalecimiento de Capital Social, sin embargo, no se han encontrado en la literatura estudios que relacionen estos elementos teóricos y que analicen de manera comparativa el comportamiento de las variables en universidades públicas y privadas en regiones emergentes como Colombia. El objetivo de este trabajo es analizar la relación entre actitudes emprendedoras y su capacidad para generar capital social desde el enfoque de la responsabilidad social universitaria en estudiantes de instituciones públicas y privadas en la ciudad de Barranquilla, Colombia. El estudio contempla un enfoque de paradigma cuantitativo de tipo descriptivo y un diseño no experimental de campo. Se usó como técnica la encuesta, utilizando un cuestionario de escala tipo Likert, aplicado a una muestra de 200 estudiantes en dos instituciones. Los resultados ratifican que el emprendimiento es un fuerte generador de capital social dentro del contexto universitario y que no hay diferencias significativas entre universidades públicas y privadas en este aspecto. Se presentan conclusiones y recomendaciones orientadas al fortalecimiento de redes de apoyo alrededor del emprendimiento universitario y el desarrollo de nuevos trabajos de investigación que fortalezcan el campo de estudio.

Palabras clave: Capital Social, Actitud Emprendedora, Responsabilidad Social Universitaria

Abstract

Business literature recognizes that entrepreneurship is one of the elements that positively contributes to economic growth. Similarly, it recognizes that the university context is an important generator of new business initiatives, which can be framed within the University Social Responsibility, a term derived or adapted from the theoretical frame of Corporate Social Responsibility. Entrepreneurship in the university context has a high impact on the generation and strengthening of Social Capital, however, no theoretical or empirical studies have been found in the literature that relate these theoretical elements and analyze comparatively the behavior of variables in public and private universities in emerging regions like Colombia. This work aims to analyze the relationship between entrepreneurial attitudes and their capacity to generate social capital from university social responsibility frame in students of public and private institutions in Barranquilla, Colombia. Our study contemplates a descriptive quantitative paradigm approach and a non-experimental field design. The survey was used as a technique, using a Likert-type scale questionnaire, applied to a sample of 200 students in two institutions. Results confirm that entrepreneurship is a strong social capital generator in university context and that there are no significant differences between public and private universities in this regard. Conclusions and recommendations are presented aimed at strengthening support networks around university entrepreneurship and the development of new research projects that strengthen the field of study.

Keywords: Social Capital, Entrepreneurial Attitude, University Social Responsibility

Contenido

Lista de tablas y figuras	9
Introducción	11
Capítulo I.	13
El problema de investigación.....	13
Planteamiento del problema.....	13
Sistematización del problema	18
Objetivos de la investigación	19
Objetivo general.....	19
Objetivos específicos	19
Justificación y alcance de la investigación	19
Delimitación de la investigación.....	20
Capítulo II.	21
Marco referencial	21
Antecedentes de la investigación	21
Marco teórico	24
Definición conceptual y operacional de las variables de estudio	44
Capital social.....	44
Actitud emprendedora.....	45
Responsabilidad social universitaria.....	45

Matriz de definición operacional de las variables de estudio	45
Capítulo III.....	55
Marco metodológico	55
Diseño de la investigación	55
Instrumentos de recolección de la información	55
Población y muestra.....	56
Validez y confiabilidad de los instrumentos	57
Tratamiento y análisis de la información recolectada.....	58
Capítulo IV.....	58
Resultados y discusión.....	58
Caracterización del perfil sociodemográfico y emprendedor	59
Análisis descriptivo y comparativo del capital social.....	64
Análisis descriptivo y comparativo de las actitudes emprendedoras.....	72
Análisis correlacional entre capital social y actitudes emprendedoras	80
Conclusiones y recomendaciones	86
Referencias.....	91
Anexos	105

Lista de tablas y figuras**Tablas**

Tabla 1. Estudios sobre intención emprendedora y educación	22
Tabla 2. Diferenciación entre proyección social y responsabilidad social universitaria.	31
Tabla 3. Operacionalización de las variables.....	46
Tabla 4. Análisis comparativo de los niveles de capital social por universidad.....	68
Tabla 5. Análisis comparativo de las actitudes emprendedoras por universidad	77
Tabla 6. Análisis correlacional entre el capital social y las actitudes emprendedoras (1)....	81
Tabla 7. Análisis correlacional entre el capital social y las actitudes emprendedoras (2)....	83
Tabla 8. Análisis correlacional entre el capital social y las actitudes emprendedoras (3)....	84
Tabla 9. Análisis correlacional entre el capital social y las actitudes emprendedoras (4)....	85

Figuras

Figura 1. Responsabilidad social y emprendimiento	29
Figura 2. Objetivos del desarrollo sostenible.....	36
Figura 3. Variables de la investigación.....	44
Figura 4. Distribución de la muestra por universidad.....	59
Figura 5. Distribución muestral por semestre	60
Figura 6. Distribución de la muestra por género.....	61
Figura 7. Análisis comparativo por estrato socioeconómico	62
Figura 8. Estado laboral	63
Figura 9. Estado del proyecto de emprendimiento	63
Figura 10. Capital social dimensión de cooperación	65
Figura 11. Capital social dimensión de reciprocidad.....	66

Figura 12. Capital social dimensión de confianza	67
Figura 13. Capital social dimensión de responsabilidad social	68
Figura 14. Perfil general de la escala de capital social (Escala 1 a 4)	69
Figura 15. Análisis comparativo del capital social por universidad	71
Figura 16. Análisis comparativo del capital social en función de la condición laboral.....	72
Figura 17. Actitudes emprendedoras dimensión de asunción del riesgo	73
Figura 18. Actitudes emprendedoras dimensión de control interno percibido	74
Figura 19. Actitudes emprendedoras dimensión de autoestima.....	75
Figura 20. Actitudes emprendedoras dimensión de motivación al logro.....	76
Figura 21. Perfil general de la escala de actitudes emprendedoras (Escala 1 a 6).....	77
Figura 22. Análisis comparativo de las actitudes emprendedoras por universidad	78
Figura 23. Análisis comparativo de las actitudes emprendedoras en función de la condición laboral	79

Introducción

Los procesos de emprendimiento cada vez más han sido reconocidos como pilares para combatir los retos contemporáneos de la gestión y administración, impulsando la innovación de nuevas oportunidades de negocios con el propósito de responder a las necesidades del entorno (Ajide, Ajisafe, & Olofin, 2019; Bjørnskov & Foss, 2016). Actualmente la importancia del desarrollo de procesos de emprendimiento empresariales han cobrado más auge, lo anterior como respuesta a la crisis económica mundial, la cual ha generado cierre de empresas, bajas fuentes de empleo y decreciente capacidad de respuesta ante la sociedad (Cajigas, Haro, & Ramirez, 2017; Edoho, 2015).

En Colombia, el emprendimiento empresarial se ha acrecentado a pasos agigantados, impulsando consigo el incremento de investigaciones que estudien los factores asociados con los emprendimientos y la sociedad frente a la relación entre los atributos asociados con la contribución de sus ideas de negocio en la construcción del capital social (Cajigas et al., 2017; Duran, Rico & Santamar, 2018).

Algunos autores plantean que el capital social puede mejorar la eficiencia de una sociedad para actuar de manera colectiva, ya que facilitan la cooperación y la reciprocidad, creando un entorno social propicio (Mauerhofer, 2013; Niño-Benavides & Cortés, 2018). Por su parte, la actitud emprendedora ha sido acogida como el auto-reconocimiento de la convicción de crear un negocio y la planificación consciente para su realización en un tiempo futuro (Branchet & Křížková, 2015; Fuller, Liu, Bajaba, Marler, & Pratt, 2018). Dichas temáticas se han relacionado con la Responsabilidad Social Universitaria, dado el compromiso que tiene la universidad con la transformación social a través del conocimiento, y como fuente de ideas que pueden ponerse en marcha para la creación de iniciativas empresariales capaces de solucionar

problemáticas y responder a las demandas de la sociedad (Valle Chirinos Araque & Pérez Peralta, 2016).

Hemos evidenciado que son escasas las investigaciones que estudian las variables anteriormente expuestas en Colombia, y que comprendan un nuevo enfoque bajo análisis comparativos respecto a la naturaleza de las instituciones. Entonces, buscando analizar las actitudes emprendedoras y su capacidad para generar capital social desde el enfoque de la responsabilidad social universitaria, realizamos un estudio tomando como muestra estudiantes de una universidad pública y una universidad privada en la ciudad de Barranquilla, Colombia.

La presente investigación se ha estructurado en cuatro capítulos, a fin de obtener un panorama amplio del tema a tratar. En el primer capítulo se expone el problema de investigación, los objetivos, la justificación y la delimitación de la investigación. En el segundo capítulo se presenta el marco referencial que hace un recorrido por los antecedentes de la investigación, un marco teórico que incluye el estudio de responsabilidad social universitaria, capital social y emprendimiento, y la operacionalización de las variables. En el tercer capítulo se presenta el marco metodológico del estudio, indicando las características de los instrumentos empleados, la población y muestra utilizada al igual que las herramientas y técnicas de análisis empleadas. En el cuarto capítulo se ilustran los resultados y discusiones de los mismos, señalando la caracterización del perfil sociodemográfico de los individuos analizados, la descripción del capital social en el ámbito de emprendimiento universitario, el análisis detallado de la intención o actitud emprendedora, y la relación de las variables analizadas. Finalmente, se encuentran las conclusiones y recomendaciones propuestas a partir de esta investigación.

Capítulo I.

El problema de investigación

Planteamiento del problema

El emprendimiento ha sido considerado una actividad inherente al ser humano a lo largo de la historia, y se articula funcionalmente con el entorno y los retos contemporáneos de la gestión y administración, hacia la generación innovadora de nuevas oportunidades de negocios que respondan a las necesidades del medio de forma factible, rentable y sustentable (Ajide, Ajisafe, & Olofin, 2019; Bjørnskov & Foss, 2016; Chiraz & Nouri, 2016; Piotr & Rekowski, 2008). En el contexto de la globalización, cada día cobra mayor importancia el desarrollo de los procesos de emprendimiento e intraemprendimiento, en respuesta a la crisis económica mundial con la liquidación creciente de las grandes empresas, unida a la pérdida constante de las fuentes de empleo tradicional, y la necesidad de responder a las necesidades de la sociedad (Audretsch, Keilbach, & Lehmann, 2007; Cajigas, Haro, & Ramirez, 2017; Edoho, 2015; Pšeničny, Jakopin, Vukčević, & Ćorić, 2014).

La internacionalización de la economía, la gestión del conocimiento, la innovación y las alianzas público-privada con la trilogía Universidad-Empresa-Estado promueven cada vez más la necesidad de desarrollar procesos de intraemprendimiento y de emprendimiento. Por ello, las Instituciones de Educación Superior IES son cada vez más responsables en promover y potencializar procesos de emprendimiento, no solo desde lo académico, sino también desde el desarrollo de plataformas, ambientes, uso de tecnologías de la información y alianzas que permitan el logro de objetivos sociales y empresariales y el desarrollo de actitudes emprendedores de sus estudiantes.

Por tanto, poseer información sobre las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios es fundamental para las IES, esto permitirá de alguna medida focalizar y direccionar estrategias de responsabilidad social que les ayude tener una fibra más social como organización. Por ello, uno de los principales retos de las IES es responder a las necesidades actuales en materia de emprendimiento, para adaptarse a los cambios del mundo de hoy, que cada vez más exigen una actuación con una mirada más social.

La actitud o intención emprendedora ha sido estudiada ampliamente en la literatura, la cual puede definirse como el auto-reconocimiento de la convicción de crear un negocio y la planificación consciente para la realización en un tiempo futuro (Branchet & Křížková, 2015; Fuller, Liu, Bajaba, Marler, & Pratt, 2018; Liñán, Nabi, & Kueger, 2013; Xiang & Lei, 2013).

En Colombia, existe un alto potencial de procesos de emprendimiento empresarial, que amerita el desarrollo de estudios orientados a conocer los factores asociados con el relacionamiento estratégico de los emprendedores y la sociedad frente a la relación entre los atributos asociados con la contribución de las ideas de negocio en la construcción del capital social (Cajigas et al., 2017; Duran, Fuenmayor, Sergio, & Hern, 2016; Rico & Santamar, 2018; Valencia Marulanda, 2015).

Diversos autores plantean que el capital social se constituye como el conjunto aspectos de la organización social entre las que se encuentra la confianza social, las normas y redes sociales, que pueden mejorar la eficiencia de una sociedad al proporcionar la capacidad de actuar colectivamente, en tanto se facilitan la cooperación y la reciprocidad generalizadas en busca de beneficios comunes, con lo cual se crea un entorno social que propicia el desarrollo de la democracia y el comportamiento cívico (Hurtado, Garcia, & Copete, 2013; Mauerhofer, 2013; Niño-Benavides & Cortés, 2018; Putnam, Leonardi, & Nanetti, 1994).

El emprendimiento en el contexto universitario tiene un alto impacto en la generación y fortalecimiento de capital social, sin embargo, no se han encontrado en la literatura estudios que relacionen estos elementos teóricos y que analicen de manera comparativa el comportamiento de las variables en universidades públicas y privadas en regiones emergentes como Colombia.

Por otro lado, la responsabilidad social viene de tiempos inmemoriales cuando el propio estado salió a defender la supervivencia humana a partir de la vida en sociedad estableciéndose así los principios de la democracia moderna. Esta actúa como un medio a través del cual se construyen relaciones de beneficio recíproco entre los objetivos empresariales y los intereses colectivos de la sociedad. No obstante, la organización se sirve de estas relaciones para impulsar el crecimiento y garantizar la sostenibilidad integral del negocio (Aguilera Castro & Puerto Becerra, 2012). Las universidades dentro del marco de actuación, y siendo conscientes de la responsabilidad con estudiantes y graduados, no podían quedarse alejadas de la reflexión sobre responsabilidad social, ya que ellas también son organizaciones responsables de formar a los futuros profesionales que harán parte del propio tejido empresarial; pareciera ser que cada vez más, la trilogía Empresa-Universidad-Estado ha ido cambiando los papeles originales de cada uno de estos actores, y orientando las actuaciones hacia la creación de valor, no solo desde lo económico, sino desde lo social y ambiental de los interesados.

La actitud o intención emprendedora está muy relacionada con el concepto de responsabilidad social universitaria, dado que las universidades desde su trayectoria histórica, y las nuevas realidades, adquiere un compromiso para aportar en la transformación social, apoyando al colectivo, de manera responsable, al suministrarle herramientas, e incentivos para la generación de nuevas formas, que le representen realidades más favorables; sobre todo, si se trata

de grupos poblacionales en situaciones de desventaja económica y exclusión social (Valle Chirinos Araque & Pérez Peralta, 2016).

En Colombia de conformidad con lo establecido en las Leyes 115 de 1994¹ y 30 de 1992 la educación se define como un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, la dignidad, los derechos y deberes. La estructura del servicio educativo colombiano comprende educación formal e informal, siendo la educación formal aquella que se imparte en establecimientos educativos aprobados, en una secuencia regular de ciclos lectivos, con sujeción a pautas curriculares progresivas, conducentes a grados y títulos. Los niveles de formación de la educación formal son: Educación preescolar, Educación básica, Educación media, la cual culmina con el título de Bachiller y Educación Superior, la cual tiene dos niveles de formación, Formación de pregrado y Formación de postgrado.

Según datos del Ministerio de Educación Nacional con corte a 2017, el número de estudiantes matriculados en Instituciones de Educación Superior (IES) en Colombia era de 2.446.314, con una distribución por sector del 51% para IES públicas y 49% para IES privadas (MEN, 2017). El departamento del Atlántico alcanza una matrícula global de 136.296 estudiantes de los cuales, el 65.5% son de nivel universitario, 26% corresponde a nivel de formación tecnológica, 2.7% son estudiantes de especialización, 2.4% estudiantes de maestría, 0,6% estudiantes de formación técnica profesional y sólo 0,1% corresponde a estudiantes a nivel de doctorado². La matrícula de educación superior del departamento está compuesta en un 36,9% por estudiantes en IES, destacándose la Universidad del Atlántico con cerca del 65% de la misma

¹ Art. 1° Ley 115/94-Ley General de Educación

² <https://www.datos.gov.co/Educacion/MEN-ESTADISTICAS-DE-MATRICULA-POR-DEPARTAMENTOS-ES/86ha-bzcy>

y el SENA, Institución Universitaria ITSA y la Escuela Naval de Suboficiales ARC Barranquilla, con el 35% restante. A nivel de IES privadas, en el departamento se encuentran registradas 14 instituciones que atienden el 63.1% de la matrícula oficial del departamento, destacándose la Universidad del Norte con cerca de 24.000 estudiantes que corresponden al 26.4%, seguida de la Universidad Simón Bolívar con un 14.2% con cerca de 13.500 estudiantes, y la Universidad de la Costa CUC con un 13.3% que corresponde a cerca de 12.600 estudiantes.³

Creemos que es importante entender si las actitudes emprendedoras y el enfoque de la responsabilidad social universitaria en el desarrollo de capital social tienen similitudes o diferencias en los estudiantes de instituciones públicas y/o privadas. El contar con información sobre estos aspectos, permitirá a las universidades formular a futuro propuestas que permitan el logro de los objetivos sociales.

A pesar de lo anterior, son pocos los estudios que relacionen todos estos elementos teóricos en un contexto de economías en desarrollo como la colombiana, y que adicionalmente realicen análisis comparativos respecto a la naturaleza de las instituciones, es decir, instituciones públicas y privadas, realidades muy distantes en Colombia. Considerando la relación entre emprendimiento, actitud emprendedora y creación de capital social y el papel que en esta tiene la Universidad, este trabajo busca analizar las características centrales, similitudes, diferencias y relaciones entre estos elementos teóricos en estudiantes universitarios adscritos a dos instituciones con enfoque de responsabilidad social universitaria de carácter público (Universidad del Atlántico) y otra de carácter privado (Universidad de la Costa) en la ciudad de Barranquilla para que sirva de base para el desarrollo de estrategias institucionales orientadas al

³ <https://www.mineducacion.gov.co/sistemasinfo/Informacion-a-la-mano/212400:Estadisticas>

fortalecimiento de la actividad emprendedora; este estudio se propone dar respuesta a la siguiente pregunta fundamental de la investigación.

Sistematización del problema**Pregunta de investigación**

¿Cómo influyen el capital social y las actitudes emprendedoras en estudiantes adscritos a instituciones con enfoque de responsabilidad social universitaria en la ciudad de Barranquilla?

Preguntas auxiliares

- ¿Cuáles son las principales características generales del perfil sociodemográfico y emprendedor reportado por los estudiantes universitarios adscritos a dos instituciones en la ciudad de Barranquilla?
- ¿Cuáles son las principales similitudes y diferencias relacionadas con el capital social y sus dimensiones de cooperación, reciprocidad y confianza presentes en los estudiantes emprendedores adscritos a dos instituciones en la ciudad de Barranquilla?
- ¿Cuáles son las principales similitudes y diferencias relacionadas con las actitudes emprendedoras y sus dimensiones de orden cognitivo, afectivo y conductual, reportadas por los estudiantes pertenecientes a dos instituciones en la ciudad de Barranquilla?
- ¿Qué relación existe entre el capital social y las actitudes emprendedoras en los estudiantes pertenecientes a dos instituciones en la ciudad de Barranquilla?

Objetivos de la investigación**Objetivo general**

Analizar el capital social y las actitudes emprendedoras en estudiantes de instituciones con enfoque de responsabilidad social universitaria en la ciudad de Barranquilla

Objetivos específicos

- Describir las características generales del perfil sociodemográfico y emprendedor de los estudiantes universitarios adscritos a dos instituciones en la ciudad de Barranquilla.
- Comparar principales similitudes y diferencias relacionadas con el capital social y sus dimensiones de cooperación, reciprocidad y confianza presentes en los estudiantes emprendedores adscritos a dos instituciones en la ciudad de Barranquilla.
- Comparar las principales similitudes y diferencias relacionadas con las actitudes emprendedoras y sus dimensiones de orden cognitivo, afectivo y conductual, reportadas por los estudiantes pertenecientes a dos instituciones en la ciudad de Barranquilla.
- Analizar la relación existente entre el capital social y las actitudes emprendedoras en los estudiantes pertenecientes a dos instituciones en la ciudad de Barranquilla.

Justificación y alcance de la investigación

La presente investigación surge considerando el papel que tienen los procesos de emprendimiento dentro del contexto universitario y la identificación de muy pocos trabajos que analicen la relación entre elementos de intención emprendedora, generación de capital social y responsabilidad social universitaria, pero considerando adicionalmente la naturaleza pública o privada de las instituciones en contextos geográficos en vías de desarrollo o economías emergentes.

El alcance de la investigación es comprender describir y comparar las características del emprendimiento de acuerdo a las variables analizadas en las dos universidades seleccionadas. Para esto, se emplean instrumentos validados en la literatura y se usan gráficos comparativos empleando la herramienta SPSS.

El impacto de esta investigación a nivel científico y tecnológico responde a la necesidad de generar nuevo conocimiento e integrar herramientas estratégicas desde el campo del emprendimiento, importante línea dentro de la literatura de negocios, junto con el enfoque de responsabilidad social empresarial y la generación de capital social, fin último de toda iniciativa empresarial. Por su parte, el impacto social de la investigación es uno de sus principales aportes, dado que a partir de este estudio se espera ampliar el horizonte del impacto social que tienen los procesos de emprendimiento en el contexto universitario desde una perspectiva comparada en función de la naturaleza pública o privada de la institución.

Delimitación de la investigación

Conceptualmente, la investigación se ha delimitado en las similitudes, diferencias y relaciones existentes entre el capital social y las actitudes emprendedoras en estudiantes de instituciones con enfoque de responsabilidad social universitaria de carácter público y privado.

Metodológicamente, la investigación se ha delimitado bajo el escenario de un estudio desde el paradigma cuantitativo de tipo descriptivo, y un diseño transaccional, no experimental de campo tipo comparativo con dos muestras independientes de estudiantes con intención y procesos emprendedores adscritos a dos instituciones con enfoque de responsabilidad social universitaria de carácter público y privado.

La investigación se desarrolló en la ciudad de Barranquilla, con la participación de 200 emprendedores distribuidos en dos muestras de 100 estudiantes universitarios interesados en el

desarrollo de procesos de emprendimiento, adscritos a dos (2) universidades: la Universidad de la Costa CUC (privada) y la Universidad del Atlántico (pública).

Esta investigación estuvo estructurada en varias fases que guardan coherencia con los objetivos específicos del proyecto y agrupan una serie de actividades puntuales que son descritas en el apartado de metodología.

Capítulo II.

Marco referencial

Antecedentes de la investigación

Un análisis de la literatura reciente sobre las temáticas del estudio permite identificar que hay tres grandes grupos de trabajos, todos ellos interconectados por el aporte a la creación y consolidación de capital social a través del emprendimiento y destacando el papel de las universidades como gestoras de este (Belitski & Heron, 2017; Roslan et al., 2018; Yu & Wang, 2019).

El primero de ellos agrupa autores que centran su análisis en aspectos académicos tales como el desarrollo profesional (Villar & Albertin, 2010), desarrollo académico (Monavvarifard, Baradaran, & Khosravipour, 2019), prácticas de redes académicas (Andriyansah & Zahra, 2017; Cong, Dempsey, & Xie, 2017) y aspectos morales asociados a actividades de redes académicas en torno al emprendimiento (Andriyansah & Zahra, 2017; Roslan et al., 2018).

Un segundo grupo de trabajos hace énfasis en la orientación de los emprendimientos originados en contextos universitarios hacia el mercado (Cong et al., 2017; Hipsher, 2016; Lucas, Fuller, Piano, & Coyne, 2018) y a aspectos organizacionales, especialmente a la gestión del talento humano (Hipsher, 2016; Hurley, 2018; Kasemsap, 2017), considerando aspectos

transculturales que hacen parte del entorno en el cual se desenvuelven las universidades (Hapsari & Soeditaningrum, 2018; Hipsher, 2016; Molina & Maya, 2017).

Por ultimo, el tercer grupo de trabajos tiene su centro en aspectos relacionados con la forma en que se realiza el proceso de enseñanza-aprendizaje del emprendimiento y las características del individuo, tales como su pasión, creatividad y motivación y las herramientas para el emprendimiento que desarrollan y emplean (Ahlin, Drnovšek, & Hisrich, 2014; Baron, 2017; Intrama, Sookbanjung, Santawee, & Teerasawad, 2017; Iskandarini, 2014; Morton, Huang-Saad, & Libarkin, 2016; Sardana, 2015), su orientación al éxito (Belitski & Heron, 2017), y su autoconfianza para lograr los objetivos propuestos (Gelaidan & Abdullateef, 2017; Mamun, Fong, & Nawi, 2017; Martins, Monsalve, & Martinez, 2018).

Usando como base el trabajo realizado por Da Fonseca (2015), se presenta un recuento de los principales trabajos orientados a analizar la actitud emprendedora en contextos académicos, especialmente en el contexto universitario.

Tabla 1.

Estudios sobre intención emprendedora y educación

Autor	Contexto	Principales Resultados
Kickul et al., (2009)	Estudiantes de Postgrado universitario en Estados Unidos	“Las intenciones emprendedoras están motivadas por las creencias de auto-eficacia con respecto a la capacidad de llevar acabo aquellas actividades para la formación y consolidación de una nueva iniciativa empresarial” (Da Fonseca, 2015, p. 33).
Liñán et al., (2011)	Estudiantes universitarios en España	“Se encontraron relaciones positivas y directas entre las tres variables y la intención emprendedora. Las percepciones de la sociedad en general y el contexto cercano tienen una influencia en los factores motivacionales que determinan la intención de emprender” (Da Fonseca, 2015, p. 34).
Johansen & Clausen (2011)	Estudiantes de secundaria en Noruega	“Programas de emprendimiento estimulan las intenciones de puesta en marcha a futuro entre los niños con diferentes antecedentes sociales” (Bermúdez, 2018, p. 34).
Shinnar et al. (2012)	Estudiantes universitarios en China, Estados Unidos y Belgica	“Se encontró evidencia de que la cultura y el género moderan la relación entre la importancia de algunas de las barreras percibidas y las intenciones emprendedoras. Las mujeres perciben la falta de apoyo como una barrera significativamente más importante que los hombres” (Da Fonseca, 2015, p. 35).

Autor	Contexto	Principales Resultados
Alonso Galicia (2012)	Docentes universitarios en España	“Las diferencias de género inciden a nivel cognitivo en el reconocimiento de oportunidades. La influencia que la actitud es superior en hombres que en mujeres o sea, una actitud favorable hacia el emprendimiento incide en mayor grado en el desarrollo de intención emprendedora entre los hombres académicos. La relación norma subjetiva e intención emprendedora no es significativa ni para mujeres ni hombres” (Da Fonseca, 2015, p. 35)
Karimi, Biemans, Lans, Chizari y Mulder (2014)	Estudiantes universitarios en Irán	“No se encontraron diferencias de género en la relación entre el control del comportamiento percibido y los instrumentos económicos, pero el género es una variable moderadora de los demás componentes de la TAP. Actitud hacia el emprendimiento fue un predictor más débil y las normas subjetivas un predictor más fuerte de los para estudiantes mujeres que para los hombres” (Da Fonseca, 2015, p. 36).
(Støren, 2014)	Estudiantes de secundaria en Noruega	“Programas de emprendimiento estimulan las intenciones de puesta en marcha a futuro entre los niños con diferentes antecedentes sociales” (Bermúdez, 2018, p. 34).
Kilonzo y Nyambegera (2014)	Estudiantes universitarios en Kenia	“Los resultados muestran un mayor apoyo parcial para la teoría del comportamiento planeado. Las normas subjetivas como la importancia de los amigos y su aprobación de una intención de iniciar un negocio era el correlato más importante de Intención Emprendedora. Esto fue seguido por la tolerancia para la propiedad de riesgo y los padres de un negocio. Creencias sobre la seguridad financiera y la necesidad de logro fueron capaces de distinguir las personas con la intención de iniciar un negocio” (Da Fonseca, 2015, p. 36).
Lima, Lopes, Nassif y da Silva (2014)	Estudiantes universitarios en Brasil	“Los autores proponen un modelo estructural en que el conocimiento /experiencia sobre el proceso emprendedor, la influencia e imagen de otros emprendedores el apoyo de instituciones universitarias son factores que explican el surgir de las intenciones emprendedoras” (Da Fonseca, 2015, p. 37).
Osorio & Londoño Roldán (2015)	Educación secundaria en Colombia	“La exposición previa en actividades de emprendimiento tiene un efecto positivo sobre los determinantes de la intención emprendedora” (Bermúdez, 2018, p. 34).
Xu, Ni, & Ye (2016)	Educación secundaria en China	“El estudio señala que la educación en emprendimiento en estudiantes de educación secundaria ayuda a desarrollar rasgos personales empresariales y mejora la confianza empresarial en los estudiantes para que los comportamientos empresariales se perciban como más fáciles y alcanzables” (Bermúdez, 2018, p. 34).
Núñez Ladevéze & Núñez Canal (2018)	Docentes de educación secundaria en España	“Profesores de distintos niveles educativos manifestaron sentirse motivados a promover la competencia emprendedora. Escasa implantación como competencia transversal al estar muy condicionada por el nivel de estudio y asignatura impartida” (Bermúdez, 2018, p. 34).
Tarapuez, Guzman Díaz, & Hernández (2018)	Estudiantes de Postgrado universitario en Colombia	“Los aspectos sociodemográficos más relacionados con la intención emprendedora en Colombia son: género, edad, experiencia laboral, tener familiares y amigos empresarios y la facilidad para hacer negocios en la ciudad donde se vive” (Bermúdez, 2018, p. 34).
Limón, López, & Tovar, Torres (2019)	Estudiantes universitario en México	“El aspecto geográfico tiene incidencia en las variables determinantes de la intención emprendedora tales como conocimiento de entorno y finanzas personales y conocimiento general de finanzas” (Limón et al., 2019, p.)

Autor	Contexto	Principales Resultados
Guarnizo Vargas, Velásquez Moreno, Jiménez Guzmán, & Álzate Gómez (2019)	Instituciones de educación básica y media	La política de educación colombiana puede ser fortalecida por las reflexiones y prácticas institucionales que han asumido que la educación para el emprendimiento debe tener una concepción de cultura institucional pertinente para los territorios (Guarnizo Vargas et al., 2019, p. 225)

Fuente: Adaptado a partir de Da Fonseca (2015)

Marco teórico

A continuación se profundizará en los conceptos y expresiones que estarán vinculados al quehacer empresarial en materia de la Responsabilidad Social Empresarial y el Capital Social, a modo de dilucidación, además del significado, de su contexto y circunstancias.

Responsabilidad social empresarial

El término de responsabilidad social empresarial (RSE) viene del latín *respondere*, que significa responder o ser digno de algo. Si se le aplica al ejercicio de las organizaciones, el profesor Manuel Carneiro la plantea como una integración de índole voluntaria que se genera por parte de las empresas basada en sus preocupaciones sociales y morales, en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus *stakeholders*. Desde el punto de vista moral se entiende como la dignidad y condiciones que se posee para poder responder eficazmente ante las diversas situaciones (Carneiro Caneda, 2004).

A diferencia de la filantropía, exclusivamente altruista y de la inversión social, cuyos aportes a la comunidad significan la obtención de beneficios para la empresa; la RSE supone que la organización debe ser capaz de concientizarse acerca de los efectos que generan sus actividades en el entorno social y al interior de su propia organización, construyendo pautas de comportamiento interno que impulsen la proactividad en los empleados, considerando los valores e intereses sociales; intentando obtener beneficios para sus trabajadores, sus familias, a la

comunidad en la que está inmersa, y a todos sus grupos de interés, con la finalidad de aportar a la justicia social y beneficiar a la empresa en el mediano y largo plazo.

ICONTEC, definió a través de la norma ISO 26000 los parámetros para acreditar la RSE, logrando un consenso en la siguiente definición: “Es un compromiso voluntario que las organizaciones asumen frente a las expectativas concertadas que en materia de desarrollo humano integral se genera con las partes interesadas y que partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales, le permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ecológico” (Asprilla, 2010, p. 5).

Respecto de los beneficios esperados por la empresa, se remiten a la satisfacción personal del gerente, la inversión social mejora la imagen y la reputación de la Empresa, la RSE sumado a lo anterior, incrementa las utilidades y brinda oportunidades de empréstitos, inversión y apoyo financiero del Gobierno Nacional y de Entes Internacionales.

La responsabilidad social se ha articulado con el concepto de desarrollo sostenible desde a finales del siglo XX, a partir de las complejas problemáticas relacionadas con el crecimiento económico y la utilización de los recursos naturales a nivel mundial. Esta ha teniendo muy en cuenta aspectos medioambientales y sociales, de tal forma que en el largo plazo no se vea comprometida ni degradada la vida en el planeta ni la especie humana.

La responsabilidad social viene de tiempos inmemoriales cuando el propio estado salió a defender la supervivencia humana a partir de la vida en sociedad estableciéndose así los principios de la democracia moderna.

El origen de la RSE se remonta en los Estados Unidos entre a los años 50 y 70, principalmente en este periodo para las empresas americanas el ambiente político y social se convirtió en un importante mecanismo, lo anterior debido a que la sociedad consideraba de cerca

cuestiones como la igualdad de oportunidades, la eficiencia en la comunicación, la conservación de los recursos, la protección a los consumidores y a los trabajadores, entre otros (Bateman & Snell, 2005). Esta cuestión estableció la manera en como las empresas deberían responder a los retos del entorno.

Posteriormente, el concepto de RSE se expande a Europa en los años 90, principalmente cuando la Comisión Europea apropió el concepto para involucrar a los empresarios en diversas estrategias que permitiesen una mayor cohesión social. Este proceso de considerar empresarios en soluciones sociales re-estableció el vínculo entre organizaciones y comunidad propiciando la integración social, la solidaridad y el respeto al medio ambiente.

En la actualidad la Responsabilidad Social Empresarial actúa como un mecanismo propulsor por medio del cual se consolidan relaciones más fuertes en beneficio recíproco entre los objetivos de las organizaciones y los intereses colectivos de la sociedad. Las empresas aprovechan estas relaciones para impulsar su crecimiento y garantizar la sostenibilidad integral de su negocio (Aguilera Castro & Puerto Becerra, 2012).

Desde el cristianismo en la cultura occidental y durante más de 2000 años, se han predicado los valores éticos como por ejemplo la caridad, la cual es característica de la RSE y a través de la cual pueden desarrollarse valores como los derechos humanos consagrados hoy día en normas constitucionales.

La RSE extiende su alcance hasta la política social que fue impulsada en el siglo XX tanto en el socialismo democrático como en el intervencionismo estatal de la economía Keynesiana (1930) y la Económica Social del Mercado (1945). Como causas de lo anterior se analizan la globalización y los modelos de apertura, a partir de sus beneficios que se ven reflejados en factores negativos para la sociedad como la brecha existente entre países ricos y

pobres, las crisis financieras, mercados sin valores y sin ética, hasta el punto que el ser humano se encuentra en peligro debido a los cambios climáticos y las amenazas nucleares de ciertos países.

Por tanto, es indispensable intendar romper las relaciones Empresa – Estado y Empresa – Sociedad, “la sociedad somos todos”, ya que todos los seres humanos tienen obligaciones sociales. Por tanto, “debemos dejar de ser sociedades individualistas, es decir dejar de pensar que el individuo lo que tiene, es porque lo merece” (Alvira, 2001, p. 12).

Es importante comprender la responsabilidad social empresarial desde su evolución histórica. Se parte de un análisis de su evolución integrada en cuatro fases, como lo expone Correa (2007) :

Etapas 1: “Ocurrió durante el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX; en este periodo no existe la Responsabilidad Social Empresarial como tal, ya que las distintas instituciones y organizaciones eran las que proporcionaban soluciones a los problemas sociales que pudieran plantearse” (p. 90).

Etapas 2: “Se cristaliza en la primera mitad del siglo XX; en ella surge espontáneamente la participación voluntaria por parte de las organizaciones en la comunidad, y por ello éstas comienzan a aceptar la existencia de la responsabilidad de participar en el bienestar de la sociedad, a partir de la realización de actividades filantrópicas puntuales” (p. 90).

Etapas 3: “Se ubica en la segunda mitad del siglo XX, ya que la comunidad en general comienza a tomar conciencia sobre la capacidad del sector privado para influir y solucionar los problemas sociales, al reconocer los daños y riesgos que con su actividad ocasionaba en el entorno. Esto generó una presión para que el Estado interviniese imponiendo normas con el fin de gestar protección a los intereses públicos y a los recursos naturales” (p. 90).

Etapas 4: “En la década de 1960, muchas organizaciones, instituciones y el Gobierno intentan encontrar un método para hacer frente al cambio social y se caracteriza por una mezcla de obligaciones que emanan de las normas del Gobierno y de la sensibilidad de las empresas” (p. 90).

En línea con lo expuesto, la interrelación entre empresa, gobierno y sociedad, ha ido cambiando, tanto así que sus roles originales se enmarcan en actuaciones en las que las decisiones de los participantes suelen estar influenciadas por diversos grupos sociales. Adicionalmente a las estructuras de las etapas 1, 2, 3 y 4, es importante considerar la dinámica del cambio.

Para sustentar las afirmaciones realizadas con anterioridad, el profesor Austin de la universidad de Harvard Business School (Dinero, 2000, p. 65), afirma que:

“Hemos pasado de una filantropía tradicional, en la que se hacía un cheque para quien venía a «pedir», a una relación en la cual las empresas y las organizaciones no gubernamentales empiezan a pensar en cómo pueden interactuar para generar un valor agregado y un impacto social en el país o la comunidad”.

Desde la perspectiva de Coduras (2015) se identifican las siguientes dimensiones de análisis de la Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial: Ver figura 1.

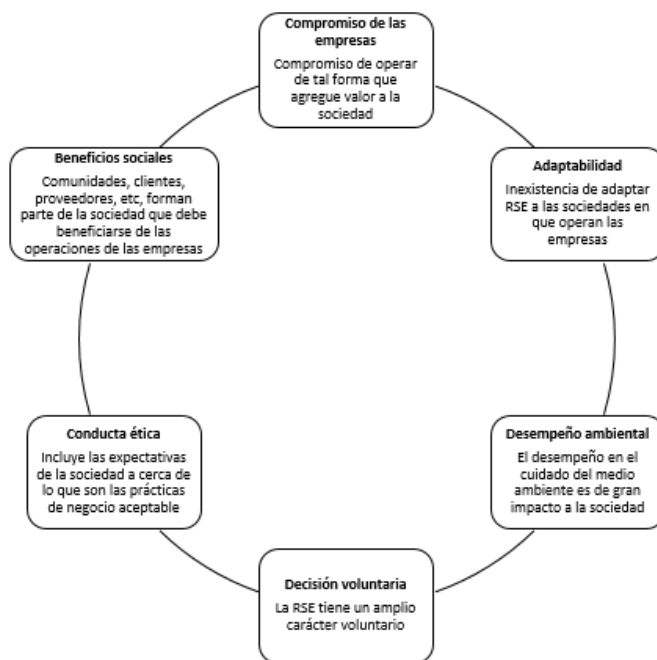


Figura 1. Responsabilidad social y emprendimiento
Fuente: Adaptado de Coduras (2015)

Es recomendable que las organizaciones se hagan participes y evolucionen en la puesta en marcha de la responsabilidad social empresarial, migrando hacia nuevos tipos de relaciones centradas en interacciones y alianzas entre diferentes sectores de la sociedad. A su vez Abad Jiménez (2005) argumenta que:

“La acción social de una empresa se suele articular en varios programas simultáneos y de distinto tipo, relacionados entre sí porque se desarrollan en su entorno. Se pueden clasificar teniendo en cuenta las distintas clases de recursos con los que cuenta la empresa. La empresa puede participar en proyectos sociales con sus productos y servicios, que son los activos más conocidos y valiosos para la sociedad. Las numerosas posibilidades que existen para cada empresa le pueden ayudar a conseguir resultados como nuevos productos o servicios, nuevos nichos de mercado, fidelización de clientes o motivación de la red de ventas” (p. 22).

De acuerdo con Abad Jiménez (2005), “La empresa puede facilitar la participación de sus empleados en proyectos sociales teniendo en cuenta que le puede ayudar a conseguir resultados en el área de recursos humanos, como la motivación, la formación, el conocimiento del entorno o el desarrollo de habilidades de trabajo en equipo” (p. 22).

El interés, la motivación y la disposición de los empleados en hacer parte de proyectos sociales es mucho más alto de lo que las organizaciones suponen. El recurso humano y su conocimiento tácito pueden ser muy valiosos para la participación en dichos proyectos.

Responsabilidad social universitaria

Como señala Vallaeys (2006) las universidades deben reflexionar sobre responsabilidad social, ya que ellas también son organizaciones responsables de formar a profesionales íntegros que formaran parte del tejido empresarial, a ciudadanos que impulsaran con democracia los derechos humanos, y a los futuros empleados que se dedicaran a promover el bien común.

En esa misma línea, autores como Valle Chirinos Araque & Pérez Peralta (2016) indican que la “universidad, desde su trayectoria histórica, y las nuevas realidades, adquiere un compromiso para aportar en la transformación social, apoyando al colectivo, de manera responsable, al suministrarle herramientas, e incentivos para la generación de nuevas formas, que le representen realidades más favorables” (p. 2).

Por su parte Martínez-Usarralde, Gil-Salom, & Macías-Mendoza (2019) indican que la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) tiene enmarcada la generación y promulgación de iniciativas de comprensión y resolución de problemas ante los diversos desafíos de la sociedad, como una línea de acción prominente que hoy en día requieren las universidades.

Mientras que Uribe Macías (2016) define la RSU como una política de gestión integral que nace al hacer un reconocimiento de los grupos de interés de las universidades, considerando

no solo a los estudiantes, profesores y administrativos. Para los *stakeholders* es recomendable que hagan parte activa del proceso de gestión universitaria, estableciendo consigo diálogos claros y transparentes donde se pueda reconocer los intereses y expectativas de todos. El autor define cuatro ejes de responsabilidad social universitaria: 1) Participación social: referente a la participación de la universidad en la comunidad en general, donde por medio de diversos proyectos sociales se forja un aprendizaje integral y el desarrollo social. 2) Formación profesional y ciudadana: referente a la gestión de la formación académica y la organización curricular. 3) Gestión social del conocimiento: referente al acto de producir y difundir el saber y la investigación, donde se promueva y genere el desarrollo nacional y local. 4) Campus responsable: referente a la implicación interna de la organización con sus procedimientos institucionales, recursos humanos, clima laboral, entre otros.

Siguiendo a Vallaeys (2006) presentamos una diferenciación entre proyección social y responsabilidad social universitaria. Conceptos muy similares. Ver Tabla 2.

Tabla 2.

Diferenciación entre proyección social y responsabilidad social universitaria.

	PROYECCIÓN SOCIAL VOLUNTARIA	RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA
La concepción	“Se concibe la proyección social a partir de la voluntad institucional de expresar valores de solidaridad con los más necesitados y motivar los estudiantes a encarnar estos valores en su persona” (p. 7).	“Se concibe la formación y la investigación académica a partir de las intersolidaridades diagnosticadas en el mundo actual, que los estudiantes necesitan aprender profesional y humanamente para su carrera y vida ciudadana, a través de participar en proyectos de desarrollo social” (p. 7).
Los actores	“Un grupo voluntario (docentes y/o estudiantes) decide emprender un proyecto social fuera de la Universidad, con pleno o parcial respaldo institucional. Se crean lazos entre la comunidad beneficiaria y los voluntarios del proyecto” (p. 7).	“La Universidad pasa convenios con actores externos (Municipios, Instituciones, Asociaciones civiles, etc.) para crear programas solidarios mutuamente beneficiosos en el marco de Comunidades de Aprendizaje para el Desarrollo: La comunidad se desarrolla y la Universidad mejora su formación académica (estudiantil y docente) y produce nuevos conocimientos (investigación aplicada)” (p. 7).
Los impactos	“Las rutinas de enseñanza e investigación de la Universidad no están	“Cada iniciativa social significa creación de una comunidad de aprendizaje que enriquece la

	PROYECCIÓN SOCIAL VOLUNTARIA	RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA
	afectadas por las iniciativas de proyección social. La Participación social no tiene impacto sobre la Formación académica ni sobre la Producción de conocimientos, que siguen concibiéndose como actividades intramuros sin vínculo necesario con la sociedad. La Proyección social no ingresa realmente en la malla curricular ni en la agenda de la investigación académica” (p. 7).	enseñanza en las diversas Facultades y posibilita nuevas investigaciones gracias a los proyectos emprendidos. Se multiplican los cursos dictados según el método del aprendizaje basado en proyectos sociales. Se crea una sinergia entre Formación, Investigación y Participación social” (p. 7).
La sostenibilidad	“Las iniciativas descansan enteramente sobre los hombros de sus promotores (déficit de sostenibilidad temporal). Sólo aprenden los estudiantes voluntarios de los proyectos, pero fuera generalmente del currículum oficial de su carrera y del tiempo de estudio, y sólo se beneficia la población concernida por el proyecto. La comunidad universitaria en su conjunto queda marginada de los beneficios, por lo que la Proyección social se entiende como gasto de inversión extra académico sin o con poco retorno (déficit de sostenibilidad financiera)” (p. 8).	“Las iniciativas sociales perduran y se multiplican de por la misma dinámica de la Formación académica sostenida desde la Administración central de la Universidad y estimulada desde la Investigación. Todos los estudiantes participan en las Comunidades de Aprendizaje para el Desarrollo desde su respectiva carrera y los beneficios de los proyectos son para todos (comunidad externa y académica). Los profesores investigan y mejoran permanentemente los procesos de aprendizaje basado en proyectos sociales. Los gastos de proyección forman parte de la inversión académica normal de la Universidad (sostenibilidad temporal y financiera)” (p. 8).
El papel de la Administración universitaria	“La Administración de la Universidad está excluida del proceso de Proyección social. No se la reconoce tampoco como ente teniendo un papel educativo y no es objeto de investigación. Aunque el discurso oficial diga lo contrario, se sigue separando la Gestión institucional de la Formación profesional y de la Participación social” (p. 8).	“La mejora de la Administración de la Universidad es uno de los objetivos privilegiados de las iniciativas de “Responsabilidad Social Universitaria. La meta es la calidad de la gestión social y ambiental de la Universidad, puesto que se reconoce a la Administración central como el modelo ético primordial de educación para la comunidad académica: la vida cotidiana institucional y la imagen que proyecta a sus miembros educativamente tanto como los cursos” (p. 8).
Estrategia de Formación ética	“La formación integral de los estudiantes se resume a cursos de ética y humanidades agregados al currículum de cada carrera. La proyección social depende de la actitud voluntaria de ciertos estudiantes para participar en las iniciativas extracurriculares” (p. 8).	“La sinergia creada entre Formación académica, Gestión institucional y Participación social asegura un clima laboral ético en la Universidad y la afirmación en la vida académica de los valores de solidaridad y desarrollo sostenible. Así las vivencias socialmente responsables están presentes constantemente y refuerzan el impacto de los cursos referidos a temas éticos así como la presencia transversal de la ética en los cursos de carrera” (p. 8).

Fuente: Vallaey (2006).

Los procesos de emprendimiento y su relación con el capital social

Putnam et al. (1994) definen el capital social como el conjunto de aspectos de la organización social entre las que se encuentra la confianza social, las normas y redes sociales, que pueden mejorar la eficiencia de una sociedad al proporcionar la capacidad de actuar colectivamente, en tanto se facilitan la cooperación y la reciprocidad generalizadas en busca de beneficios comunes, con lo cual se crea un entorno social que propicia el desarrollo de la democracia y el comportamiento cívico. El capital social posibilita la realización de actividades a partir de las relaciones establecidas entre las personas, comunidades o instituciones (Hurtado et al., 2013).

El capital social se puede entender como aquel que existe en las relaciones entre personas y la institucionalidad de una sociedad que permite lograr objetivos colectivos. Este concepto tiene como bases teóricas (1) la definición clásica de Coleman (1988), que se refiere al capital social como los recursos colectivos que le permiten a las sociedades lograr objetivos pro-sociales, capital cuyos fondos residen en las relaciones sociales y (2) el trabajo empírico de Putnam et al. (1994), el cual está basado en un análisis causal que una sociedad fuerte y cohesionada predice la efectividad de la institución y el crecimiento económico.

El trabajo de Rusinque, Cortés-Peña, & Monsalvo (2018) hace un acercamiento al tema y resaltan que capital social tiene sus raíces a principios del Siglo XX con Lida Hanifan (1916), cuando plantea la importancia de las relaciones entre las personas para alcanzar objetivos comunes, los cuales están basados en la buena voluntad, el compañerismo, la empatía y las relaciones sociales, todos ellos posibilitan la acción colectiva. De igual forma indican que este supuesto brinda fundamento a posteriores búsquedas en la construcción del concepto, transitando por diferentes perspectivas teóricas y epistemológicas, que van desde el individualismo

metodológico, con autores como Bourdieu (1986) para quien el capital social es un agregado de recursos asociado a una red de relaciones que posibilita la producción de beneficios y recursos que son apropiados de manera individual, seguido por Coleman & Coleman (1994) que considera el capital social como un recurso productivo de la estructura social, el cual posibilita el logro de metas comunes.

El trabajo de Rusinque et al. (2018) analiza el aporte de Putnam (1993) e indica que este plantea una concepción más social, visto como un bien público, basado en la confianza, el compromiso cívico, la cooperación, la reciprocidad, los valores y las actitudes políticas, la prosperidad económica y el bienestar social. Putnam define el capital social como “aspectos de la organización social tales como confianza, normas y redes, que pueden mejorar la eficiencia de una sociedad al facilitar la acción coordinada” (Putnam (1993, p. 167). Estos elementos se suman a las dimensiones de cooperación y reciprocidad generalizada propiciando beneficios colectivos para asegurar bienes económicos y funcionamiento de la democracia, constituyéndose en un atributo de las comunidades y no solo un recurso de carácter individual identificador por los autores en Forni, Siles, & Barreiro (2004).

En este sentido de Rusinque et al. (2018) señalan que el capital social se constituye en un bien público e inmaterial fundamentado en las relaciones sociales y basado en valores tales como la solidaridad, comportamientos pro-sociales y cívicos que reflejan la cohesión social y eficacia colectiva. Al respecto Hurtado et al. (2013) hacen referencia a las “características de los grupos sociales, como el grado de confianza interpersonal, normas de reciprocidad y la asociatividad -la membresía a organizaciones voluntarias- que facilitan la acción colectiva” (p. 34).

Los autores indican en concordancia con lo planteado previamente por Díaz-Albertini (2001), que el capital social promueve la acción colectiva, así como el autocontrol y la

responsabilidad social, en cuanto se constituye en una fuente de acercamiento entre los seres humanos a partir de aspectos tales como la confianza, la reciprocidad y el respeto a las reglas, que resultan fundamentales para el desarrollo organizativo en cuanto satisface las necesidades individuales y colectivas, proveyéndole a las instituciones medios como las relaciones, redes y contactos entre las partes de interés para conseguir sus objetivos gerenciales (Rusique et al., 2018). Lo anterior cimentados en una buena relación de confianza, contribuyendo al desarrollo y el bienestar de la sociedad, y favoreciendo la capacidad de los miembros de la organización para satisfacer las necesidades de todos en busca del beneficio mutuo (Alberdi & Pérez, 2006).

La importancia de las actitudes y la intención emprendedora

Desde la perspectiva del papel que cumplen las actitudes y los procesos de intención emprendedora, se han identificado diferentes aportes de autores tales como Dimitratos, Voudouris, Plakoyiannaki, & Nakos (2012) quienes argumentan que la actitud emprendedora se relaciona estrechamente con la orientación estratégica al cliente y las tendencias del mercado. Por su parte, autores tales como Iskandarini, 2014; Koe, Sa'ari, Majid, & Ismail (2012) se enfocan en el análisis de la intención emprendedora a partir de sus determinantes relacionados con las características del perfil emprendedor y las relaciones con el entorno a nivel del apoyo social, el compromiso ciudadano y el desarrollo de las competencias empresariales.

Dentro del estudio de la intención de emprender, en la actualidad se destacan modelos basados en la Teoría de la Acción Planificada (TAP), la cual se constituye como una revisión de la Teoría de la Acción Razonada e incluye un nuevo condicionante en la intención, la cual refleja la percepción que tiene un individuo para producir un resultado (Ajzen, 1991). En la literatura es posible identificar estudios sobre intención emprendedora en el contexto educativo, principalmente en el nivel de educación universitaria. El trabajo de Da Fonseca (2015) hace una

revisión de los principales estudios recientes sobre intención emprendedora, señalando la importancia de dicha temática en el contexto universitario, destacando la teoría de la acción planificada, la cual se constituye como un marco robusto de investigación en diferentes países. Por otra parte, se estudia la relación entre actitud y la autoeficacia emprendedora, denotando su relación directa con la intención emprendedora, lo cual es contrastable en distintos contextos culturales.

Emprendimiento, capital social y responsabilidad social universitaria frente a los objetivos del desarrollo sostenible (ONU, 2015)

En el año 2015 se llevó a cabo la cumbre para el desarrollo sostenible, donde los estados miembros de la ONU aprobaron la agenda 2030 para el desarrollo sostenible. Esto incluye un conjunto de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para intentar poner fin a la pobreza, luchar contra la desigualdad y la injusticia, y hacer frente al cambio climático. La figura 2 resume los objetivos de desarrollo sostenible.



Figura 2. Objetivos del desarrollo sostenible.

Fuente: Tomado de CEPAL⁴

⁴ <https://www.cepal.org/es/temas/agenda-2030-desarrollo-sostenible/objetivos-desarrollo-sostenible-ods>

Los ODS son reconocidos como Objetivos Mundiales, y están cimentados en los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), cuenta con una serie de objetivos que luchan contra la pobreza, y que el mundo se comprometió a alcanzar en el año 2015. Aunque se han hecho grandes progresos en los ODM, algunos de los objetivos , como la pobreza, no se han cumplido.

Actualmente, los nuevos Objetivos Mundiales y la agenda para el desarrollo sostenible abarcan más información, intentando comprender las causas fundamentales de la pobreza y la necesidad de desarrollo para todas las personas. La Asamblea General de la ONU adoptó una nueva agenda 2030 para el desarrollo sostenible, el cual consiste en forjar un plan de acción a favor de las personas y del planeta en general, intentando fortalecer la paz universal y el acceso a la justicia equitativa. Los estados miembros de la Naciones Unidas afirmaron que el mayor desafío actual es la erradicación de la pobreza y que sin ello no hay cabida para un desarrollo sostenible.

La agenda anterior plantea un total de diecisiete objetivos con ciento sesenta y nueve metas de carácter integrado, las cuales contemplan ítems de índole económica, social y ambiental. La nueva estrategia tomará posesión de los programas de desarrollo mundial en los próximos 15 años. Por lo que los Estados deben realizar estrategias para su implementación exitosa.

Dicha agenda implica un compromiso común y universal, sin embargo, debido a que cada país tiene retos específicos en pro de alcanzar un desarrollo sostenible, los estados tienen soberanía plena sobre su actividad económica, y cada uno puede fijar sus propias metas nacionales rigiéndose a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que dispone la asamblea general.

Otros de los ODS incluyen además la eliminación del hambre y lograr la seguridad alimentaria; así como asegurar una educación de calidad y una vida sana; garantizar el acceso al agua y la energía; conseguir una igualdad de género ; impulsar el crecimiento económico sostenido; promover la paz y facilitar el acceso a la justicia. A continuación, se ha incorporado la descripción oficial para cada uno de los ODS a partir de los planteamientos formalmente expuestos por la ONU⁵: “Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo; Objetivo 2: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible; Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades; Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos; Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas; Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos; Objetivo 7: Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos; Objetivo 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos; Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación; Objetivo 10: Reducir la desigualdad en y entre los países; Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles; Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles; Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos; Objetivo 14: Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible; Objetivo 15: Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, luchar contra la

⁵ Fuente Electrónica: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/poverty/>

desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y frenar la pérdida de la diversidad biológica; Objetivo 16: Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles; Objetivo 17: Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible”.

Es innegable la relación entre la educación y cada uno de los objetivos de desarrollo sostenible (de la Rosa Ruíz, Armentia, & de la Calle Maldonado, 2019; Shimlina & Suvorova, 2018; Sureda-Negre, Catalán-Fernández, Álvarez-Garcí, & Comas-Forgasa, 2013; Vargas, 2016; Vila-Merino, Caride Gómez, Estrada, & Rosa, 2018). Particularmente, la educación superior debe transmitir y desarrollar competencias, conocimientos, valores y actitudes que motiven y empoderen a los estudiantes a contribuir de manera activa al desarrollo sostenible.

Colombia expresó los ODM mediante el CONPES SOCIAL 91, traducido a metas nacionales el 14 de marzo de 2005, bajo el título: Metas y estrategias de Colombia para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio - 2015. Los buenos resultados en materia económica se han dado al mismo tiempo que los buenos resultados en la estrategia social del gobierno actual colombiano, respaldada en las siete herramientas de la reactivación social: revolución educativa, protección y seguridad social, impulso a la economía solidaria, manejo social del campo y de los servicios públicos, país de propietarios, y calidad de vida urbana.

El CONPES busca que a través del cumplimiento de las metas nacionales, el país definitivamente se encamine hacia el desarrollo. La obtención de la meta nacional se enfoca al logro de un desarrollo social acelerado, nacionalmente equilibrado, incluyente y generador de paz e internacionalmente competitivo.

El estudio de la traducción de los objetivos del milenio a las metas nacionales, evidencia que el CONPES asocia la gestión y prestación de los servicios públicos fundamentalmente al cumplimiento de las metas nacionales relacionadas con los objetivos séptimo y octavo y más específicamente al tema del agua potable y el saneamiento.

El presente estudio está inspirado en el enfoque integral de la Responsabilidad Social Empresarial, de acuerdo con las demandas de los objetivos del milenio y referenciados a través del GRI (Global Reporting Initiative) órgano único internacional avalado a nivel mundial, que pauta y encauza los reportes y balances de las actuaciones desarrolladas por el sector empresarial, basadas en los tres ámbitos de acción para el desarrollo sostenible: económico, social y ambiental.

La fundamentación de la filosofía empresarial basada en la Responsabilidad Social Corporativa es una exigencia del nuevo milenio (UNESCO 2000), la construcción de un modelo de desarrollo empresarial con miras a una mayor equidad, competitividad y sostenibilidad, lo que implica compromisos con el cambio hacia la garantía de rentabilidad financiera, la equidad social y la sostenibilidad ambiental.

De acuerdo con Saavedra Garcia (2011), los factores críticos de éxito son los que permiten la implementación exitosa de una cadena de valor que a su vez depende de otros factores, puntualmente los que se enuncian a continuación:

- Aprovechamiento de la importancia de la colaboración.
- Comprensión de las necesidades de consumo del cliente buscando mostrar nuevas opciones.
- La identificación de puntos claves para centrarse en los cambios que tendrán el mayor impacto.

- Garantizar la oferta/demanda saludable con el fin de alcanzar economías de escala.
- El compromiso con la iniciativa.

Las cuestiones globales tales como el cambio climático o la gestión de residuos, son temas muy complejos que incluso para una industria es muy difícil avanzar de manera sustancial. Algunas de las soluciones que pueden ser efectivas conllevan a una colaboración estrecha entre empresas, entre las organizaciones de índole no gubernamental, y la congruencia entre los responsables políticos y *stakeholders*. Incluso, trabajar con los diversos interesados es un reto especial, ya que cada uno tiene motivaciones y culturas organizacionales diferentes. Por tanto, se recomienda mantener una comunicación abierta que esté orientada hacia el trabajo y un entendimiento común. Lo anterior incluye:

- Estar alineados en cuanto a los componentes de la visión y la comprensión de la sostenibilidad.
- Tener objetivos congruentes.
- Garantizar el compromiso de las metas con los planes de acción pertinentes.
- Compartir el conocimiento y la información con las garantías adecuadas.
- Proporcionar recursos suficientes, junto con los contactos necesarios para la continua comunicación.

Entender de forma proactiva las necesidades de los consumidores permite presentar nuevas opciones y comprender los cambios en el comportamiento del consumidor para proporcionar a las empresas una información valiosa a medida que se desarrollan nuevas propuestas sostenibles. Esto implica la comprensión de los factores clave detrás de necesidades de la sociedad con el fin de desarrollar soluciones atractivas. Muchas organizaciones pueden estar especialmente interesadas en soluciones verdes o soluciones ambientalmente sostenibles.

Cuando se habla de responsabilidad social, todos los mercados abren sus canales de investigación para estudiar su campo de acción y así mismo dejar una huella de carácter benéfico para la sociedad, un ejemplo puede darse en el sector del transporte, dada la magnitud de los cambios requeridos, la urgente necesidad de reducir el consumo de combustible, la contaminación de carbono y la complejidad de la industria de la carga, todas las partes tienen que trabajar juntos para aumentar la eficiencia y compartir información sobre los avances de sostenibilidad. De acuerdo con Chain (2012), en el Fondo de Defensa Ambiental:

“Creemos que estos éxitos pueden ser compartidos por todos los cargadores y alentar a las empresas a adoptar las prácticas analizadas. También queremos escuchar de los cargadores sobre los desafíos que enfrentan en la implementación de soluciones orientadas al enfoque que permita medir el costo y las reducciones de carbono”. (Varela Morales & Cortés Hernández, 2019, p. 18)

En los países latinoamericanos puede identificarse un mayor desarrollo en términos de RSE comparado con el resto del mundo. Es por esto, que los gobiernos así como diversas organizaciones civiles y en especial algunas compañías privadas, han unido esfuerzos enfocados a alcanzar acuerdos que adopten voluntariamente normativas de RSE, especialmente en temas medioambientales y de apoyo a las comunidades. Cabe resaltar la importancia de la implementación de los TLC internacionales, quienes comienzan a exigir el cumplimiento de normativas de responsabilidad social a las empresas, en congruencia con políticas establecidas por otros organismos internacionales del trabajo y derechos humanos.

En este orden de ideas, tal como lo enuncia Coduras, 2015; Woodside, Bernal, & Coduras (2016):

“La toma de conciencia de la RSE, parte del reconocimiento de que una empresa no es solamente una institución que se dedica a vender productos o servicios para obtener ganancias, sino que dependiendo y nutriéndose de su entorno, se espera que influya positivamente en éste. En ocasiones se ha dicho que la empresa debe ser un ente de naturaleza social, con una misión de servicios a la comunidad y con un compromiso de solidaridad y preocupación por el bienestar colectivo, sin embargo, el desarrollo económico del siglo XX no ponía el acento en estos temas, siendo más propios del siglo XXI, en que se está trabajando mucho más para la creación de una conciencia colectiva empresarial acerca de los mismos. Por consiguiente, se espera que la empresa actual se ocupe, no sólo de su crecimiento económico, sino también del bienestar comunitario. En la ética empresarial que se origina en esta concepción, las utilidades constituyen una justa retribución al capital y contribuyen al desarrollo de la sociedad a través de la justa remuneración del trabajo, de equilibrar su división entre el tiempo de dedicación y la realización personal de los trabajadores, de respetar el medioambiente, de aportar tangibles e intangibles a colectivos desfavorecidos y a través de muchas otras acciones” (Varela Morales, J. & Cortés Hernández, J. (2019, p. 19).

En síntesis, se hace esencial referirse al dedicado trabajo conjunto de las empresas en el desarrollo del tema de la RSE, sobretodo con enfoques de inversiones en la comunidad y ayuda social, siendo Colombia uno de los países que ha trabajado en esto, liderado por Brasil y México. En la actualidad se plantea la necesidad de realizar cambios dentro de las empresas, con el firme objetivo de visualizar el voluntariado corporativo como una estrategia de RSE por ser incorporada en el diario desarrollo de las compañías, sin embargo existen muchos casos en los

cuales esto no se desarrolla debido a la falta de una clase empresarial que se preocupe por el bien del país. Por lo anterior se plantea la propuesta de construir un cambio en el norte de las empresas, en donde se busque no solo beneficios económicos, sino también la satisfacción de los grupos de interés de la misma.

Definición conceptual y operacional de las variables de estudio

A continuación se formulan las definiciones de orden conceptual y operacional de las variables centrales del presente estudio. La figura 3 muestra las variables que para los autores de este trabajo condicionan el desarrollo de emprendimientos en el contexto universitario.

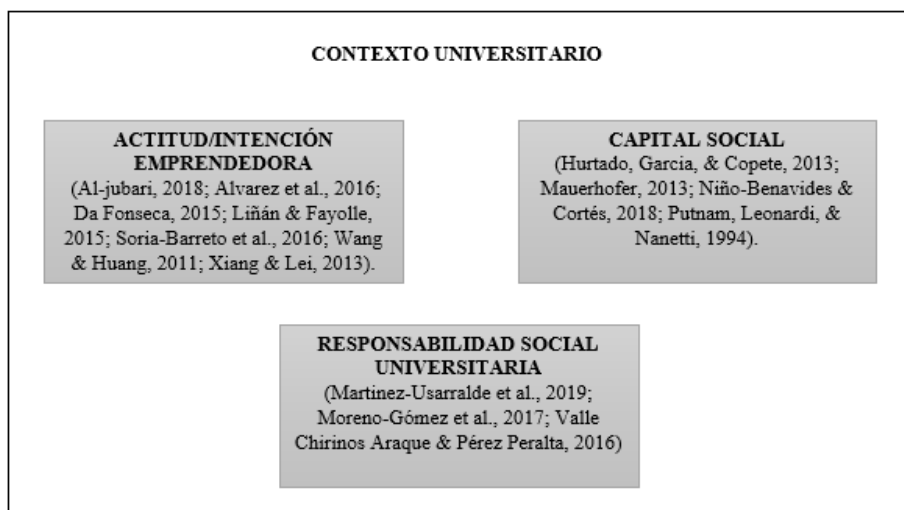


Figura 3. Variables de la investigación
Fuente: Elaboracion propia

Capital social

Definido por Putnam (1993) como el conjunto aspectos de la organización social entre las que se encuentra la confianza social, las normas y redes sociales, que pueden mejorar la eficiencia de una sociedad al proporcionar la capacidad de actuar colectivamente, en tanto se facilitan la cooperación y la reciprocidad generalizadas en busca de beneficios comunes, con lo

cual se crea un entorno social que propicia el desarrollo de la democracia y el comportamiento cívico.

Actitud emprendedora

Existen diferentes aproximaciones conceptuales frente a la definición de las actitudes emprendedoras. En términos generales, la intención emprendedora hace referencia a la capacidad y/o actitud frente a las oportunidades existentes para la creación de negocios con base en la variedad de percepciones individuales (Al-jubari, 2018; Alvarez et al., 2016; Da Fonseca, 2015; Liñán & Fayolle, 2015; Moreno-Gomez et al., 2017; Sánchez, Lanero, & Yurrebaso, 2005; Shinnar, Giacomini, & Janssen, 2012; Soria-Barreto et al., 2016; Wang & Huang, 2011; Xiang & Lei, 2013).

Responsabilidad social universitaria

Es un compromiso que realizan las instituciones universitarias de manera voluntaria, las cuales afrontan las expectativas concertadas en cuanto al desarrollo humano integral entre los *stakeholders*, lo que les permite asegurar un amplio crecimiento a nivel económico, de desarrollo social y sobre el equilibrio ecológico, cumpliendo todas las disposiciones legales pertinentes (Martínez-Usarralde et al., 2019; Vallaeys, 2006; Valle Chirinos Araque & Pérez Peralta, 2016).

Para el presente estudio se ha identificado el papel comparativo que tiene esta variable de estudio en los contextos diferenciales de las instituciones de carácter público y privado, a partir de sus enfoques de responsabilidad social universitaria que se articulan con sus principios, valores, ejes de desarrollo estratégico y políticas misionales.

Matriz de definición operacional de las variables de estudio

La tabla 3 permite visualizar la operacionalización de las variables tenidas en cuenta en el estudio.

Tabla 3.

Operacionalización de las variables

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Analizar el capital social y las actitudes emprendedoras en estudiantes de instituciones con enfoque de responsabilidad social universitaria de carácter público y privado en la ciudad de Barranquilla	Objetivo 2	Capital social	Confianza	Grado de confianza percibida frente a la comunidad, las organizaciones y el Estado
			Solidaridad	Nivel de solidaridad generado en las acciones estratégicas de la organización
			Reciprocidad	Grado de reciprocidad entre las acciones estratégicas de la organización y la comunidad
			Compromiso cívico	Aporte de la organización en la promoción del compromiso cívico evidenciado en el desarrollo de las competencias ciudadanas
	Objetivo 3	Actitud emprendedora	Actitud emprendedora: asunción al riesgo	Riesgo en procesos de emprendimiento
			Actitud emprendedora: control interno percibido	Locus de control interno
			Actitud emprendedora: autoestima	Nivel de autoestima
			Actitud emprendedora: motivación al logro	Nivel de motivación al logro emprendedor
			Actitud emprendedora global	Índice general de actitud e intención emprendedora
	Objetivo 1 - 4	Responsabilidad social universitaria	Tipos de relacionamiento estratégico: Relación forzada; relación sistemática; relación integral y proactiva	Enfoque público de la responsabilidad social universitaria
			Tipos de impacto de la RSE: Económico; social; ambiental	Enfoque privado de la responsabilidad social universitaria

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo III.

Marco metodológico

Diseño de la investigación

El diseño de la presente investigación asume un enfoque epistemológico deductivo, de paradigma cuantitativo de tipo descriptivo, permitiendo delimitar los hechos que componen el problema, al igual que describir los elementos y características del mismo. Por su naturaleza, el diseño de la investigación es de corte transaccional, con un diseño no experimental de campo de tipo comparativo con dos muestras independientes.

Para la realización de la investigación se consideran distintos tipos de información:

Fuentes primarias: Obtenida mediante la observación directa de los sucesos. Igualmente, fue necesaria la realización de encuestas para determinar el grado de impacto de las variables de estudio, fortaleciendo la investigación en proceso.

Fuentes secundarias: Para el soporte de la investigación, fue necesario indagar sobre investigaciones anteriores al tópico en cuestión, al igual que un suministro de información de fuentes bibliográficas como: textos, tesis, documentos científicos, revistas, y de internet. Estas servirán de base y complemento en la exploración del estudio.

Instrumentos de recolección de la información

Como instrumento de recolección de la información se utilizó como técnica una encuesta para explorar un tema en particular, intentando obtener información de manera ordenada respecto al capital social y actitud emprendedora en estudiantes de instituciones de carácter público y privado en la ciudad, tema objeto de la investigación.

Con dicha encuesta se pretende conocer el nivel de acuerdo y desacuerdo de las dimensiones en la operacionalización de las variables estudiadas en las instituciones públicas y privadas (sección 2.3.4). Para diseñar el instrumento se desarrolló una investigación sistemática sobre la teoría del capital social, actitud emprendedora, y responsabilidad social empresarial. Se realizó una búsqueda en bases de datos especializadas como Scopus, y en Google Scholar, así como artículos de interés y de opinión reciente.

Para la escogencia del cuestionario, tuvimos en cuenta la operacionalización de las variables, donde se establecieron indicadores y dimensiones que guardan relación con las teorías del marco teórico. Después de una revisión extenuante de la literatura, evidenciamos que las escalas más propicias para el análisis de nuestras variables de investigación, ampliamente acogidas en la literatura, fueron las escalas de capital social en las organizaciones emprendedoras siguiendo a Cardozo, Amarís, & Blanco (2015), y para la escala de actitudes emprendedoras en estudiantes universitarios, seguimos a Krauss (2011).

En el instrumento de la presente investigación se utilizó un método de escalamiento tipo Likert cuyos ítems se enmarcaron para medir la reacción del encuestado. Para efectos de esta investigación el ítem se presentó con cuatro ejes: Definitivamente NO (1), Probablemente NO (2), Probablemente SI (3), Definitivamente SI (4).

Población y muestra

En nuestra investigación la población objeto está conformada por emprendedores en el contexto universitario de la ciudad de Barranquilla, específicamente estudiantes pertenecientes a dos instituciones con trayectoria en temas de emprendimiento. Se tomaron dos grupos de referencia en función del tipo de institución (pública y privada), como lo fueron: la Universidad del Atlántico (pública) y la Universidad de la Costa CUC (privada). Estas instituciones fueron

escogidas por su trayectoria y facilidad de acceso para la aplicación de los instrumentos desarrollados y adaptados.

La muestra total fue seleccionada aleatoriamente y está constituida por 200 estudiantes emprendedores. Esta se encuentra dividida en dos muestras independientes de 100 estudiantes emprendedores de una institución pública (Universidad del Atlántico) y 100 estudiantes emprendedores de una institución privada (Universidad de la Costa CUC).

Validez y confiabilidad de los instrumentos

Con la finalidad de validar el instrumento utilizado consideramos la técnica de juicio de expertos, el cual es un método útil para la investigación ya que expertos cualificados pueden crear juicios más certeros frente al estudio. Por tanto, algunos expertos en la materia dieron su opinión sobre la encuesta consolidada. La validez y la confiabilidad son criterios importantes de calidad que deben proporcionar los instrumentos de medición.

Con la validez se busca constatar que el instrumento de medida contemple con veracidad lo que se desea medir, por lo que el criterio de los expertos permite una revisión exhaustiva para juzgar la capacidad al evaluar las dimensiones en estudio.

Una vez se acogido el cuestionario, cuatro expertos en el área de investigación comprobaron la validez de las preguntas del cuestionario y la pertinencia al objeto de estudio. Posteriormente a la evaluación de los expertos, se tomaron en cuenta sus sugerencias y se hicieron algunas modificaciones pertinentes al instrumento.

Luego, se implementaron los cuestionarios a la muestra de estudiantes emprendedores de la Universidad del Atlántico (pública) y la Universidad de la Costa CUC (privada). Una vez obtenida la información, fue organizada en Microsoft Excel, y luego fue exportada para su análisis con el Programa SPSS.

Tratamiento y análisis de la información recolectada

Una vez obtenida y tabulada la información de las encuestas se debe procesar por un tratamiento de técnicas de análisis de índole estadístico. Debido a que esta investigación es de tipo cuantitativo, la información obtenida se procesó a través de estadística descriptiva para conocer el fenómeno de estudio. Particularmente en cuanto a la descripción de las características generales del perfil sociodemográfico y emprendedor; la comparación de las principales similitudes y diferencias relacionadas con el capital social y sus dimensiones de cooperación, reciprocidad y confianza; la comparación de las principales similitudes y diferencias relacionadas con las actitudes emprendedoras y sus dimensiones de orden cognitivo, afectivo y conductual; y el análisis de la relación existente entre el capital social y las actitudes emprendedoras en los estudiantes pertenecientes a dos instituciones en la ciudad de Barranquilla.

A continuación, en el capítulo cuatro sobre resultados y discusiones se identifican y se ilustran las técnicas, procesamientos y análisis de la información para cada objetivo de la investigación. Adicionalmente en la sección de anexos, se dan más detalles de cada uno de los procesamientos estadísticos.

Capítulo IV.**Resultados y discusión**

A continuación, se presentan los principales hallazgos derivados del análisis de los resultados obtenidos de forma articulada con el abordaje del problema y los objetivos formulados frente al análisis del capital social y las actitudes emprendedoras a nivel comparativo desde el enfoque de responsabilidad social universitaria de los estudiantes adscritos a dos instituciones de carácter público y privado.

Caracterización del perfil sociodemográfico y emprendedor

En primera instancia, se presentan las principales características de orden sociodemográfico de la muestra de estudio, variables analizadas en diversos estudios (Reis, De Moura, & De Aragão Gomes, 2018; Roslan et al., 2018).

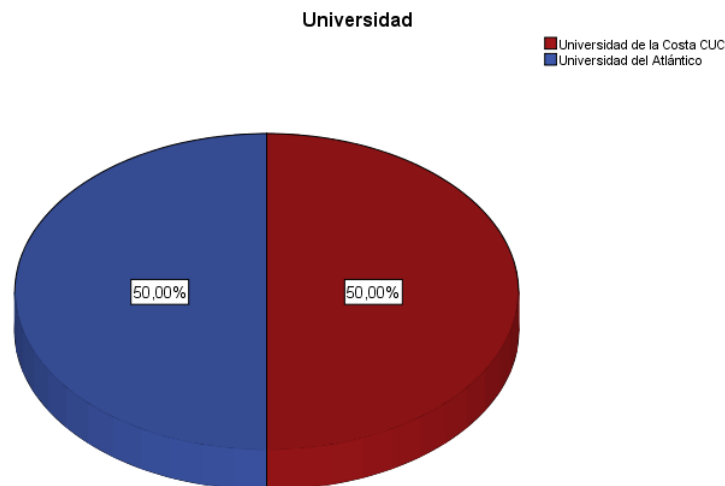


Figura 4. Distribución de la muestra por universidad
Fuente: Elaboración propia

Tal como se ilustra en la figura 4, la muestra se distribuye de forma simétrica en dos submuestras equivalentes de estudiantes de la Universidad del Atlántico (pública) y la Universidad de la Costa (privada).

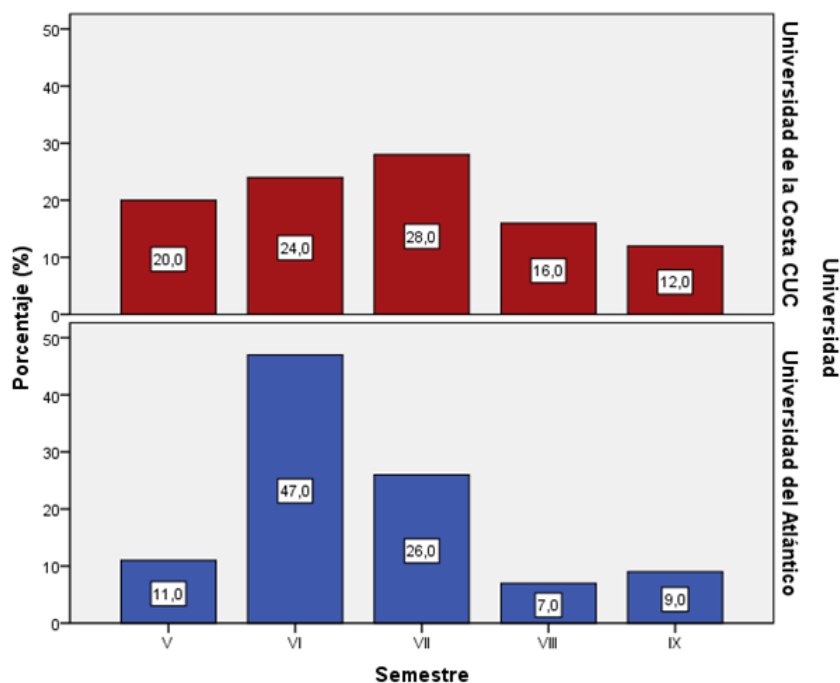


Figura 5. Distribución muestral por semestre
Fuente: Elaboración propia

En la figura 5, se observa que para el desarrollo del estudio se contó con la participación de estudiantes que actualmente están cursando entre quinto y noveno semestre. En la Universidad del Atlántico se presentó una mayor participación de estudiantes de VI y VII semestre, mientras que en la Universidad de la Costa principalmente la participación se presentó entre V, VI y VII semestre. Esto se debe principalmente a que las instituciones enfocaron sus muestras a estudiantes que se encuentran dentro de los periodos en que cursan materias relacionadas con el tema de emprendimiento.

En la figura 6, se puede identificar un mayor nivel de participación femenina en cada una de las dos universidades (66% Universidad de la Costa y 54% Universidad del Atlántico). De igual forma se tiene que el promedio de edad de los estudiantes está comprendido sobre los 23 años frente a una tendencia central entre los 22 y 26 años, con una edad mínima de 19 y máxima de 42.

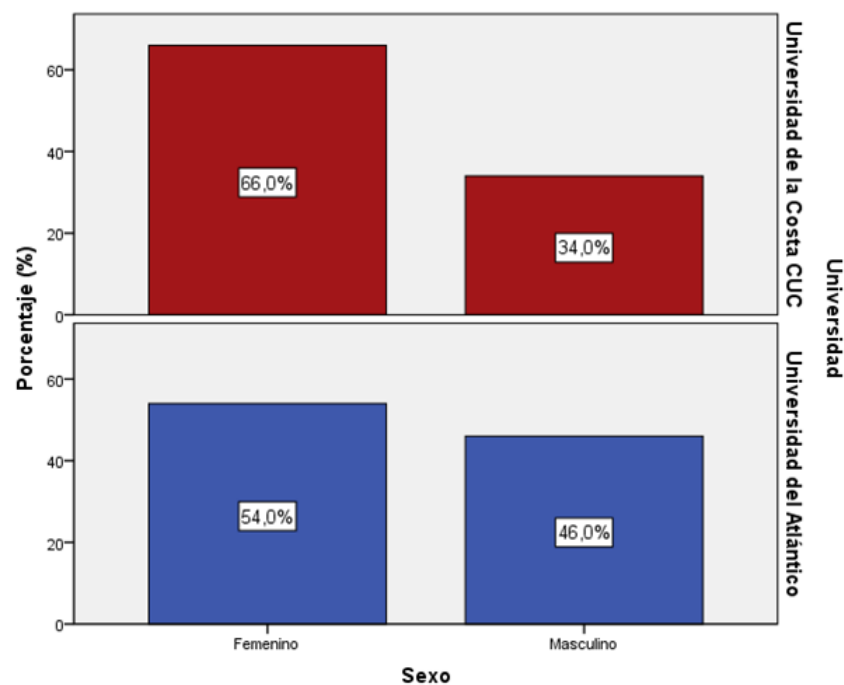


Figura 6. Distribución de la muestra por género
Fuente: Elaboración propia

La figura 7 evidencia que en el caso de la Universidad de la Costa la principal participación se reporta en los estratos 3 (40%) y 2 (34%) seguidos por el estrato 1 (18%), mientras que en la Universidad del Atlántico la tendencia se encuentra especialmente en el estrato 2 (40%) y 1 (30%), seguidos por el estrato 3 (28%). En relación con el estado civil se identifica la mayor participación de los estudiantes solteros (71,6% mujeres y 80% hombres).

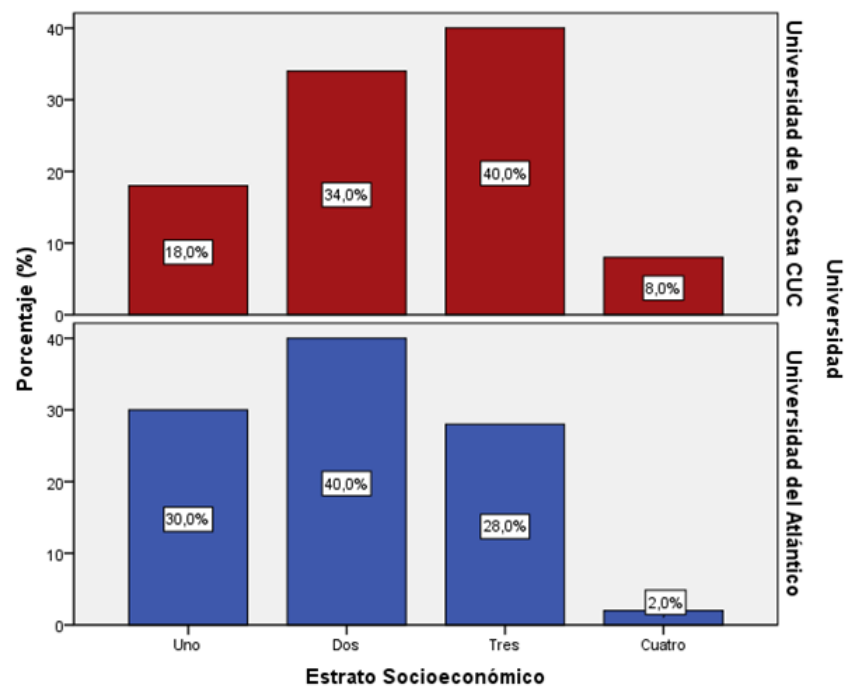


Figura 7. Análisis comparativo por estrato socioeconómico
Fuente: Elaboración propia

La figura 8 permite identificar que en términos generales el 71,5% de los estudiantes de la muestra reporta trabajar actualmente, mientras que el 28,5% solamente está desarrollando sus estudios. A nivel comparativo son similares las tendencias por Universidad (72% Universidad de la Costa y 71% Universidad del Atlántico).

Del total de estudiantes que reportaron estar laborando actualmente, un 76,2% son empleados, mientras que el 23,8% son independientes.

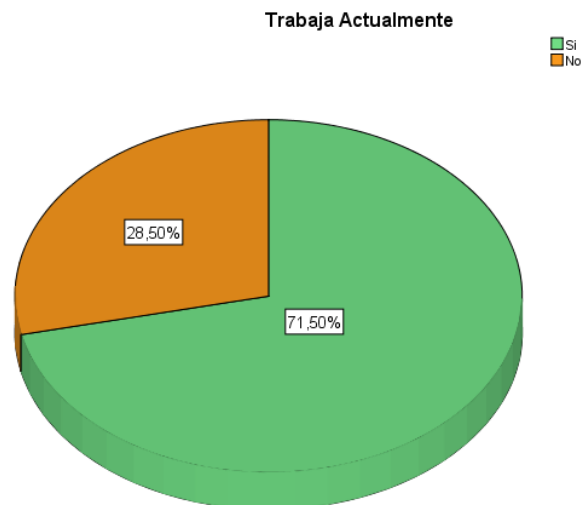


Figura 8. Estado laboral
Fuente: Elaboración propia

En la figura 9, se puede apreciar que en su mayoría (77,94%) los estudiantes se encuentran en la fase de formulación de sus proyectos de emprendimiento. Adicionalmente el 10,29% de los estudiantes están validando sus proyectos y el 11,76% restante están en la fase de implementación de sus proyectos de emprendimiento.

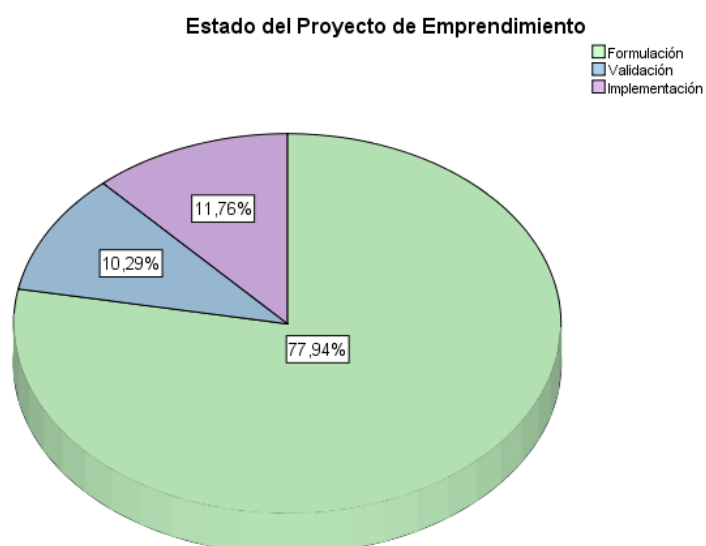


Figura 9. Estado del proyecto de emprendimiento
Fuente: Elaboración propia

Los resultados de este apartado muestran aspectos que hacen parte del constructo teórico *actitud o intención emprendedora*, y permiten indicar que si bien el entorno universitario incide en la decisión de emprender, los aspectos del individuo hacen parte fundamental de la decisión (Iskandarini, 2014; Martins et al., 2018), también es posible señalar que se presenta la misma tendencia de incremento en el emprendimiento femenino (elemento cultural) dentro de este constructo (Hapsari & Soeditioningrum, 2018; Moreno-Gomez et al., 2017).

Análisis descriptivo y comparativo del capital social

En este apartado de los resultados, se presentan las tendencias generales y el análisis comparativo de los niveles de capital social, estimados con los estudiantes participantes en la muestra de estudio. Los resultados corresponden a la escala de capital social en las organizaciones emprendedoras (Rusique et al., 2018). Al realizar el análisis de la fiabilidad de la escala de medida empleada, la escala de capital social en las organizaciones emprendedoras presentó un índice Alfa de Cronbach (α : .957), el cual refleja un alto nivel de confiabilidad y consistencia interna. A continuación, se presentan las principales tendencias identificadas en el análisis de las dimensiones del capital social.

En la dimensión de cooperación, los estudiantes principalmente resaltan la importancia del trabajo en equipo (93%) y la organización de los procesos para responder a los objetivos del barrio con la participación de la comunidad (87%). En contraste, se identifica un bajo nivel de cooperación frente a la participación en las organizaciones y grupos sociales del barrio (45%) y en el aporte que han generado las organizaciones comunitarias que participan en la solución de los problemas del barrio (59%). Ver figura 10.

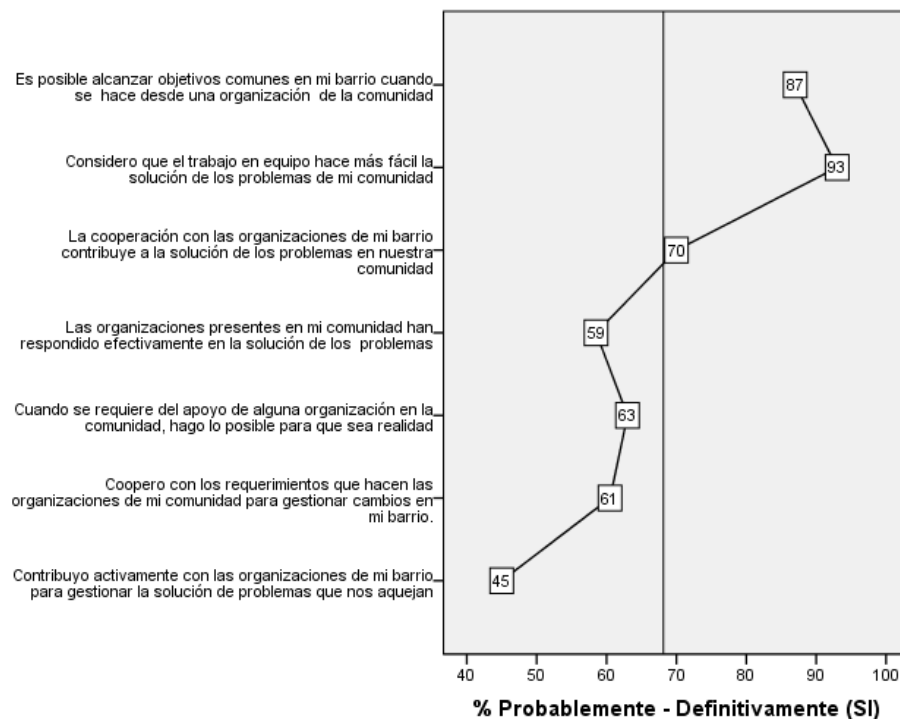


Figura 10. Capital social dimensión de cooperación
Fuente: Elaboración propia

En relación con la dimensión de reciprocidad, se resaltan principalmente los procesos de organización comunitaria para el logro de los objetivos comunes (91,5%), así como la percepción de reciprocidad que tienen los jóvenes emprendedores en su compromiso frente al desarrollo comunitario (83,5%) y la necesidad de apoyar el trabajo de las diferentes instancias y grupos sociales de la comunidad (82,5%). Ver figura 11.

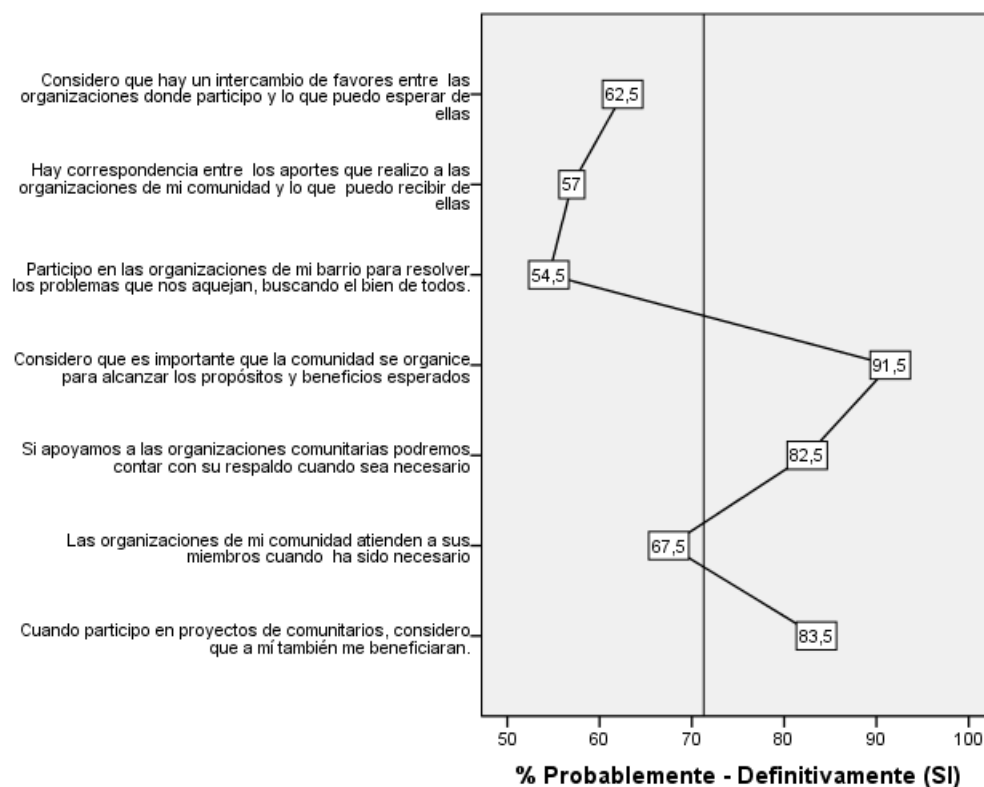


Figura 11. Capital social dimensión de reciprocidad
Fuente: Elaboración propia

Frente a los procesos del capital social relacionados con la dimensión de confianza, se encuentran en general con niveles inferiores al 70%. Sin embargo, los dos aspectos que se pueden resaltar comprenden la confianza depositada en la capacidad para cumplir los propósitos formulados (69%) y la confianza en las diferentes organizaciones y grupos sociales que trabajan por la comunidad (68%). Ver figura 12.

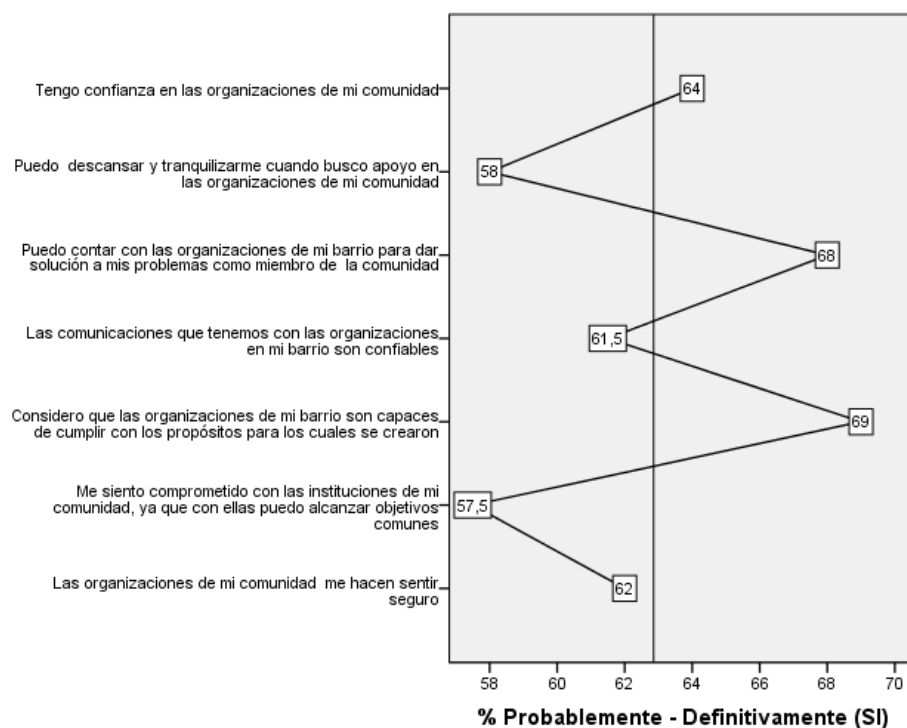


Figura 12. Capital social dimensión de confianza
Fuente: Elaboración propia

Partiendo de la definición de responsabilidad social universitaria planteada por Uribe Macias (2016) donde se plantea la RSU como política de gestión integral que garantiza la participación social, la formación profesional y ciudadana la gestión social del conocimiento y un campus responsable. Se tiene que el aspecto que tiene mayor nivel de capital social está comprendido por la percepción que tienen los jóvenes emprendedores sobre la participación que permite aportar en la transformación de sus comunidades, generando nuevas condiciones más favorables para la solución de los principales problemas y necesidades colectivas (70,5%) a partir de los conocimientos desarrollados en el contexto universitario. En contraste, el aspecto donde se evidencia un menor nivel de responsabilidad social comprende, el bajo nivel de reconocimiento comunitario dentro de los procesos de toma de decisiones (47,5%). Ver figura 13.

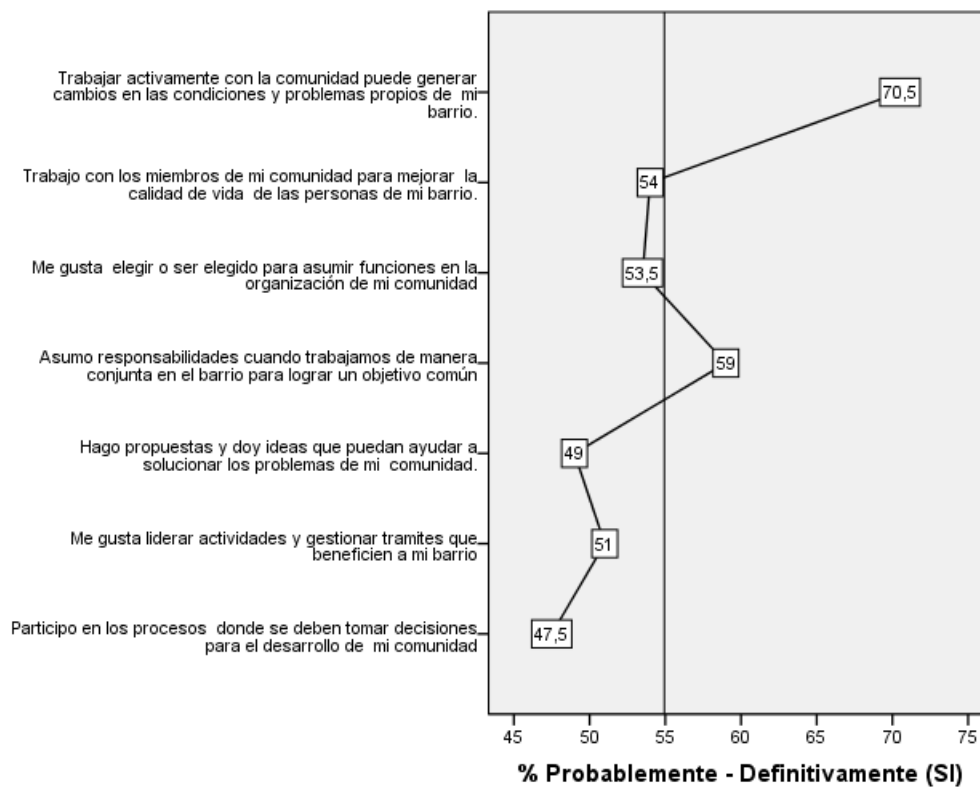


Figura 13. Capital social dimensión de responsabilidad social
Fuente: Elaboración propia

La figura 14, presenta el perfil general de las puntuaciones promedio obtenidas en la escala de capital social (1 a 4). El promedio general fue ($X: 2.73$), el cual corresponde a un alcance porcentual de nivel medio cercano al 68%. En las dimensiones se resalta en primer lugar la reciprocidad, seguida por la cooperación y por debajo del promedio general se encuentra la confianza, seguida por la responsabilidad social.

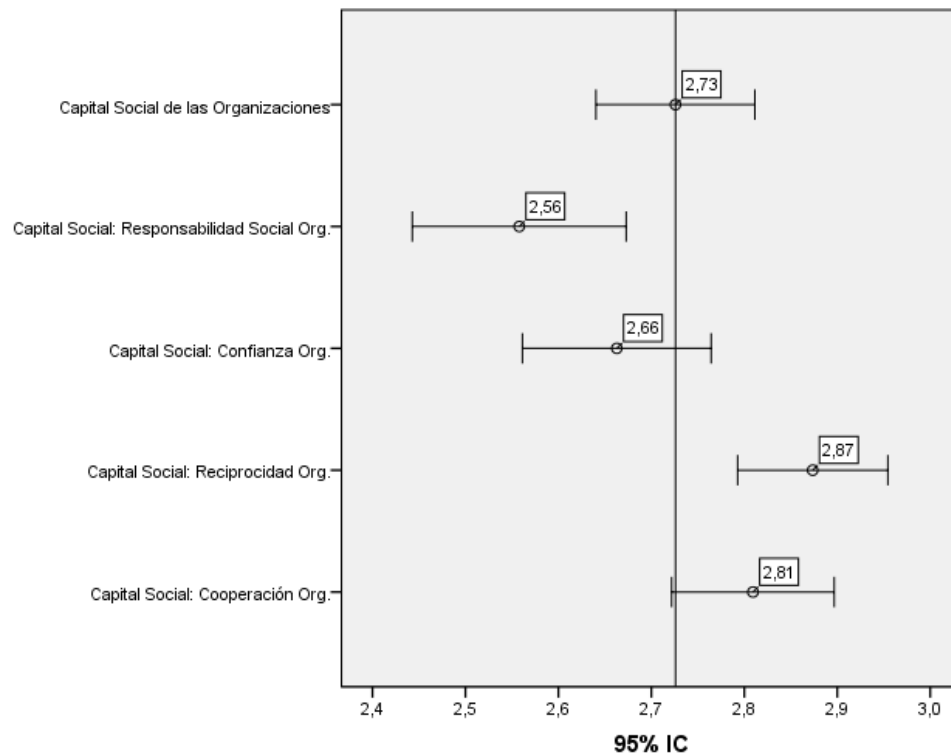


Figura 14. Perfil general de la escala de capital social (Escala 1 a 4)

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 4 presenta el análisis comparativo de los niveles de capital social por universidad.

Tabla 4.

Análisis Comparativo de los niveles de capital social por universidad

Dimensiones del Capital Social	Universidad	N	Media	Desviación típ.
Capital Social: Cooperación Org.	Universidad del Atlántico	100	2,7943	,64188
	Universidad de la Costa CUC	100	2,8243	,61549
Capital Social: Reciprocidad Org.	Universidad del Atlántico	100	2,8671	,59103
	Universidad de la Costa CUC	100	2,8800	,57024
Capital Social: Confianza Org.	Universidad del Atlántico	100	2,6271	,72868
	Universidad de la Costa CUC	100	2,6986	,72953
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Universidad del Atlántico	100	2,4614	,79782
	Universidad de la Costa CUC	100	2,6543	,84434
Capital Social de las Organizaciones	Universidad del Atlántico	100	2,6875	,60833
	Universidad de la Costa CUC	100	2,7643	,61813

Fuente: Elaboración propia

A partir del análisis comparativo de las dimensiones y la valoración general del capital social, se han identificado diferencias mínimas entre las dos sub muestras comparadas en función del contexto de la responsabilidad social universitaria (pública – privada), por consiguiente, las diferencias no fueron estadísticamente significativas. Los promedios obtenidos al interior de cada una de las dos submuestras oscilan con niveles superiores a (2,6) en una escala de (1 a 4) en la mayoría de los casos, lo cual indica que existe un nivel de capital social medio, cercano al 68% desde una aproximación analítica de corte porcentual.

En la dimensión de cooperación los estudiantes de la Universidad de la Costa tienden a presentar un mayor nivel, aunque las diferencias no son estadísticamente significativas (Capital Social: Cooperación: F: ,018; pv. 894 / t: -,337; pv. ,736). En la dimensión de reciprocidad de evidencia una leve diferencia superior pero no significativa para los estudiantes de la Universidad de la Costa (Capital Social: Reciprocidad: F: ,091; pv. ,763 / t: -,157; pv. 876).

La dimensión denominada confianza presenta nuevamente un mayor nivel en los estudiantes de la Universidad de la Costa (F: ,054; pv. ,817 / t: -,693; pv. ,489), al igual que la dimensión de responsabilidad social (F: ,172; pv. ,679 / t: -1,66; pv. ,098) y el índice general de capital social en las organizaciones emprendedoras (F: ,071; pv. ,790 / t: -,885; pv. ,377). Para estas dimensiones mencionadas las diferencias no alcanzan a ser estadísticamente significativas. Ver Figura 15.

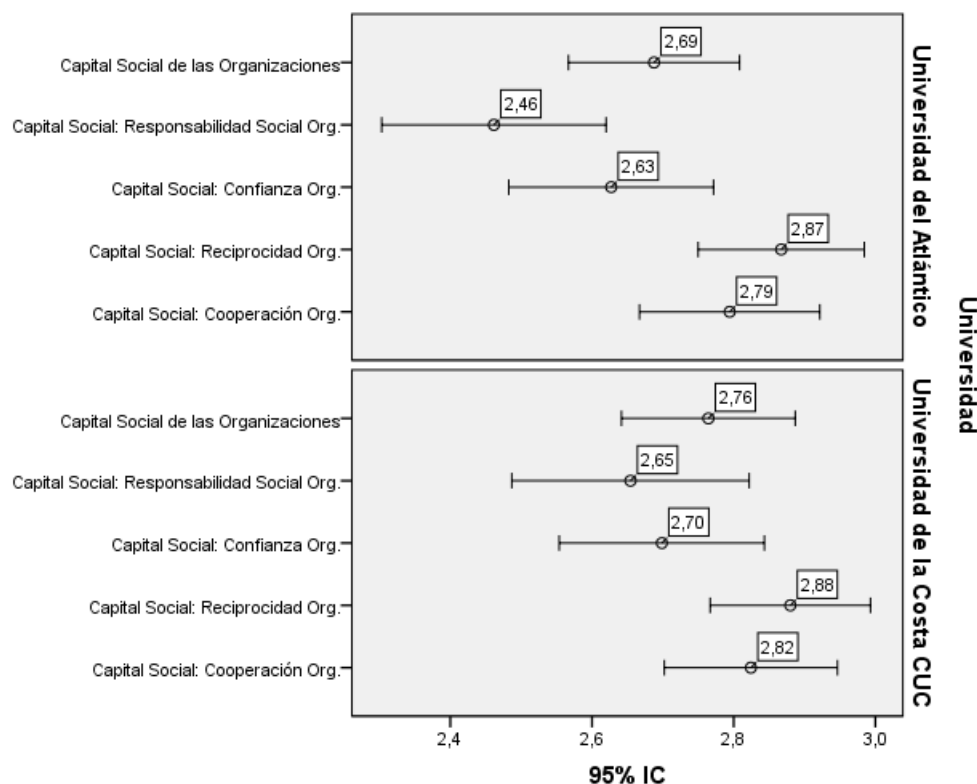


Figura 15. Análisis comparativo del capital social por universidad

Fuente: elaboración propia

La figura 15, permite ilustrar las diferencias en los niveles estimados del capital social y sus dimensiones, en función de la Universidad. En términos generales, se puede evidenciar que en todas las dimensiones los estudiantes de la Universidad de la Costa presentaron mejores niveles promedio, aunque tal como se mencionó anteriormente, estas diferencias no fueron estadísticamente significativas.

Por su parte, a figura 16 permite evidenciar las diferencias en los niveles estimados del capital social y sus dimensiones, en función de la condición laboral. en este sentido, la tendencia se identifica a favor de los estudiantes que actualmente se encuentran laboralmente activos capital social organizacional ($X: 2,75$), en comparación con los estudiantes que actualmente no se encuentran laborando ($X: 2,68$). Nuevamente en este caso las diferencias no alcanzaron a ser estadísticamente significativas.

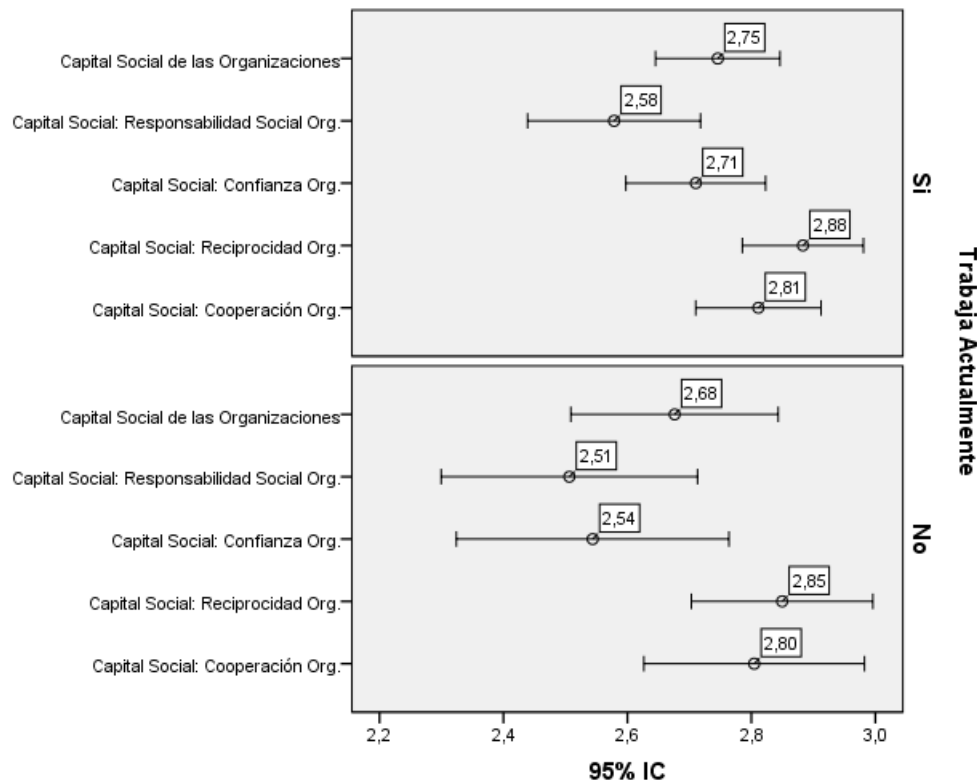


Figura 16. Análisis comparativo del capital social en función de la condición laboral
Fuente: Elaboración propia

Este apartado permitió analizar de manera comparativa el constructo teórico *capital social* para ambas instituciones, los resultados muestran que no hay diferencias con significancia estadística entre estudiantes de instituciones públicas y privadas y que la actitud o intención emprendedora a nivel universitaria genera capital social, tal como había sido propuesto por autores como (Chiraz & Nouri, 2016; Kasemsap, 2017).

Análisis descriptivo y comparativo de las actitudes emprendedoras

En lo referente al análisis de las actitudes emprendedoras, el índice de confiabilidad Alfa de Cronbach estimado fue (α : .863) el cual refleja un adecuado nivel de confiabilidad y consistencia interna de la escala empleada. A continuación, se presenta el análisis

correspondiente a cada una de las dimensiones contempladas en la escala de actitudes emprendedoras a saber: asunción del riesgo, control interno percibido, autoestima, motivación al logro, así como la escala general de actitudes e intención emprendedora.

Adicionalmente se presenta el análisis comparativo de la escala de actitudes emprendedoras en función de los resultados obtenidos por los estudiantes de las dos instituciones (Universidad de la Costa y Universidad del Atlántico), así como la comparación de las tendencias obtenidas en la escala, en función de la condición laboral actual (trabaja: si / no).

En lo referente a la dimensión de asunción del riesgo, la mayor puntuación promedio en la escala de (1 a 6) corresponde a la afirmación “a menudo llevo a cabo las tareas de forma original (X: 4,8), mientras que la afirmación de menor nivel de acuerdo fue “por lo general evito asumir riesgos” (X: 3,1). Ver figura 17.

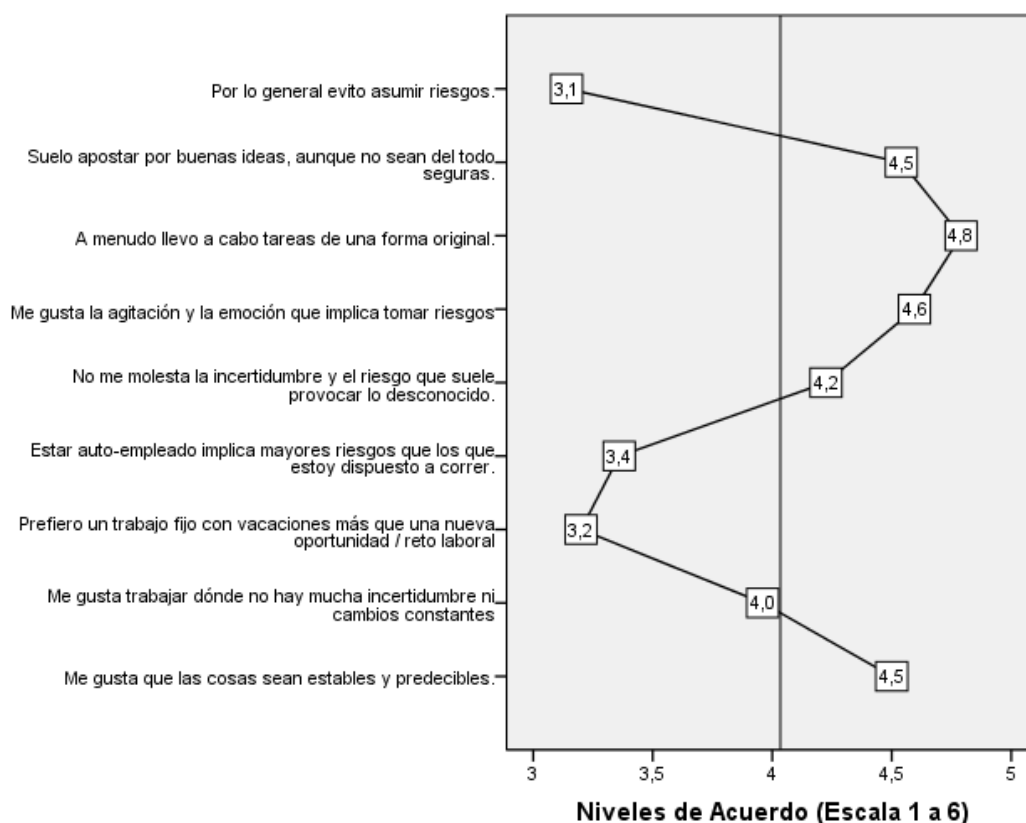


Figura 17. Actitudes emprendedoras dimensión de asunción del riesgo. Fuente: Elaboración Propia

Para el caso de la dimensión de control interno percibido, se resalta especialmente la afirmación “si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo” ($X: 5,45$), mientras que la afirmación que presentó el menor nivel de acuerdo fue “creo que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales” ($X: 4,32$). Ver figura 18.

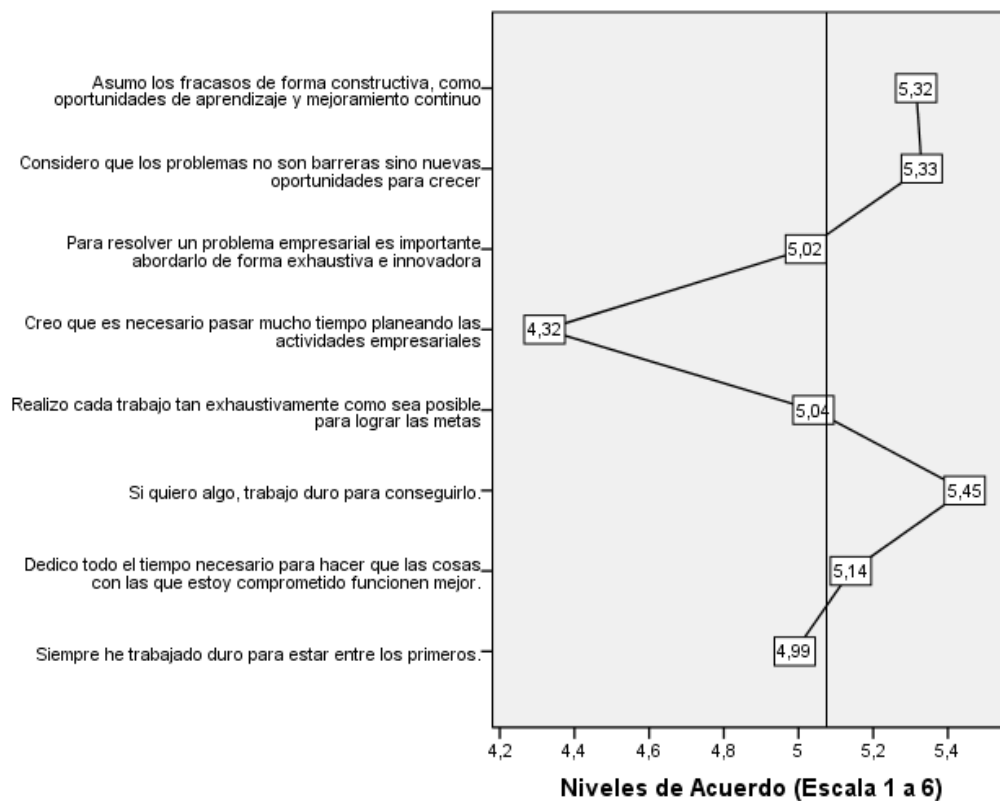


Figura 18. Actitudes emprendedoras dimensión de control interno percibido
Fuente: Elaboración propia

En la dimensión de la actitud emprendedora de la autoestima, cabe resaltar especialmente la afirmación “normalmente realizo muy bien mi parte de trabajo en cualquier proyecto en el que estoy implicado” ($X: 5,19$), mientras que, la afirmación que presentó el menor nivel de acuerdo fue “me siento inferior a la mayor parte de las personas con las que trabajo” con un promedio de ($X: 2,13$). Ver figura 19.

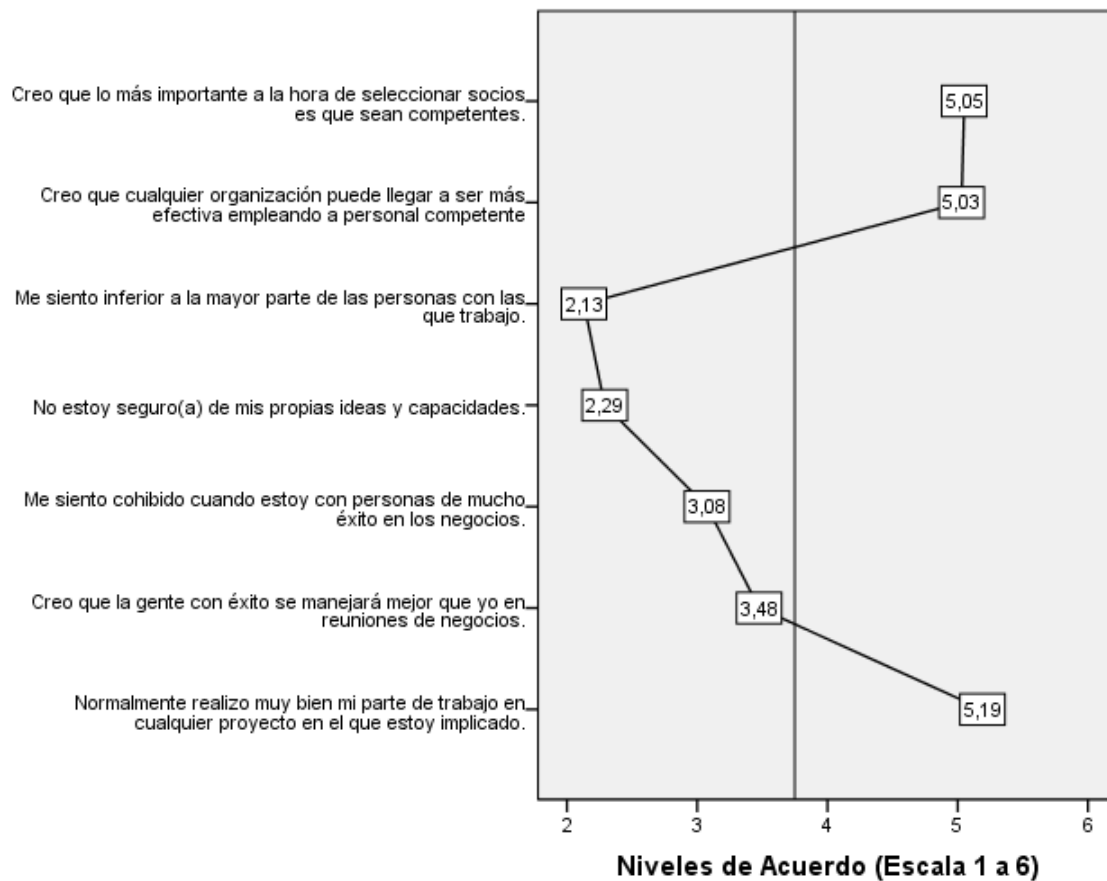


Figura 19. Actitudes emprendedoras dimensión de autoestima
Fuente: Elaboración Propia

En la dimensión de la actitud emprendedora de motivación al logro, la afirmación que presentó el mejor nivel de acuerdo fue “me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi trabajo” (X: 5,41) y, de otra parte, la afirmación que presentó el menor nivel de acuerdo fue “normalmente busco compañeros de trabajo que les guste explorar nuevas formas de hacer las cosas” (X: 4,89). Ver figura 20.

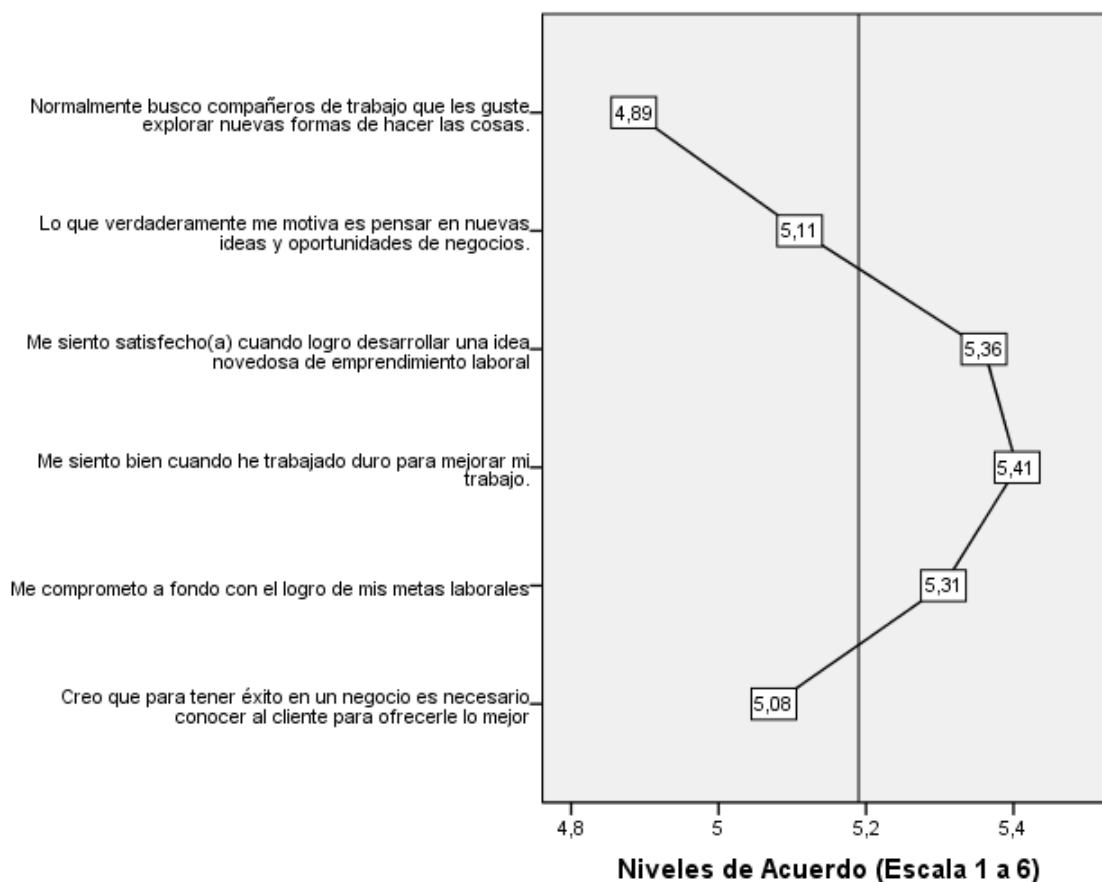


Figura 20. Actitudes emprendedoras dimensión de motivación al logro
Fuente: Elaboración Propia

La figura 21, presenta el perfil general de las puntuaciones promedio obtenidas en la Escala de Actitudes Emprendedoras (1 a 6). El promedio global fue (\bar{X} : 4,69), el cual corresponde a un alcance porcentual de nivel medio-alto cercano al 78%. En las dimensiones se resalta en primer lugar la motivación al logro, seguida por el control interno percibido y la autoestima, mientras que por debajo del promedio general se encuentra la dimensión de asunción al riesgo.

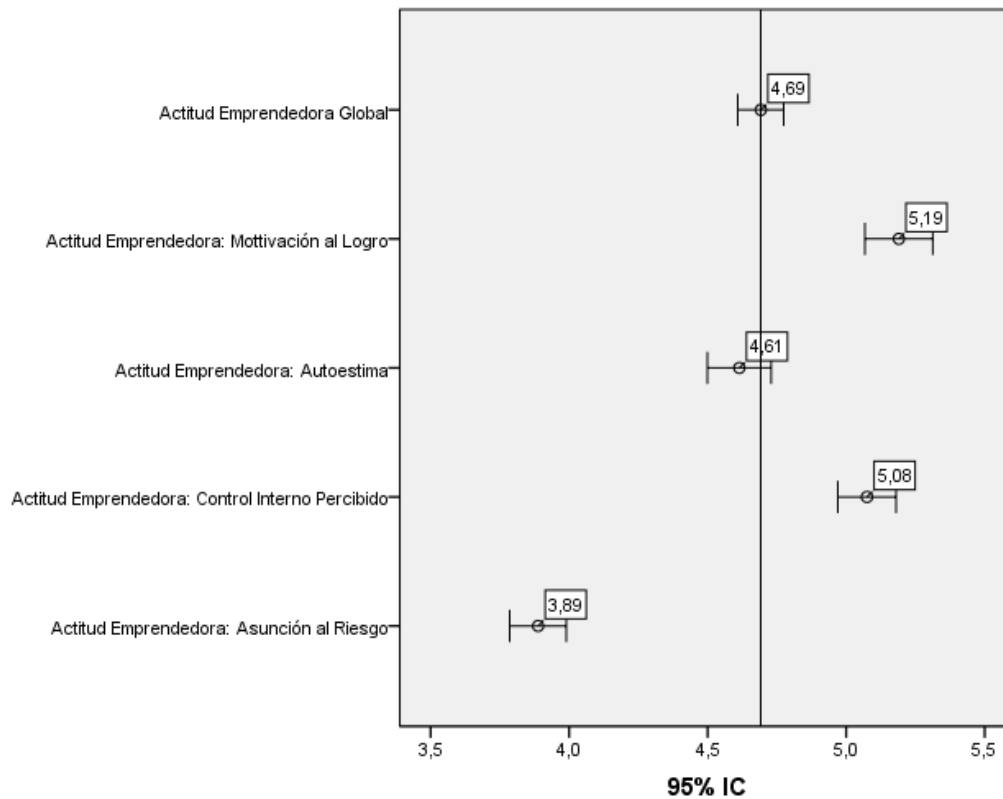


Figura 21. Perfil general de la escala de actitudes emprendedoras (Escala 1 a 6)
Fuente: Elaboración Propia

La tabla 5 presenta el comparativo de las actitudes emprendedoras por universidad.

Tabla 5.

Análisis comparativo de las actitudes emprendedoras por universidad

	Universidad	N	Media	Desviación típ.
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Universidad del Atlántico	100	3,8311	,65810
	Universidad de la Costa	100	3,9444	,79851
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Universidad del Atlántico	100	5,0188	,81075
	Universidad de la Costa	100	5,1313	,69162
Actitud Emprendedora: Autoestima	Universidad del Atlántico	100	4,6329	,78699
	Universidad de la Costa	100	4,5957	,86720
Actitud Emprendedora: Motivación al Logro	Universidad del Atlántico	100	5,1717	,87279
	Universidad de la Costa	100	5,2083	,88869
Actitud Emprendedora Global	Universidad del Atlántico	100	4,6636	,57628
	Universidad de la Costa	100	4,7199	,61503

Fuente: Elaboración Propia

El análisis comparativo de las dimensiones de las actitudes emprendedoras en función de la Universidad a la que pertenecen los estudiantes permite señalar que, en términos generales los estudiantes de la Universidad de la Costa presentan leves diferencias superiores en la mayoría de las dimensiones y en la escala de actitud global emprendedora, mientras que los estudiantes de la Universidad del Atlántico presentan una leve diferencia superior en la dimensión de la autoestima.

Estos resultados se ilustran con mayor detalle a continuación en la figura 22, que presenta la comparación de los promedios obtenidos en cada una de las dimensiones, en función de la universidad.

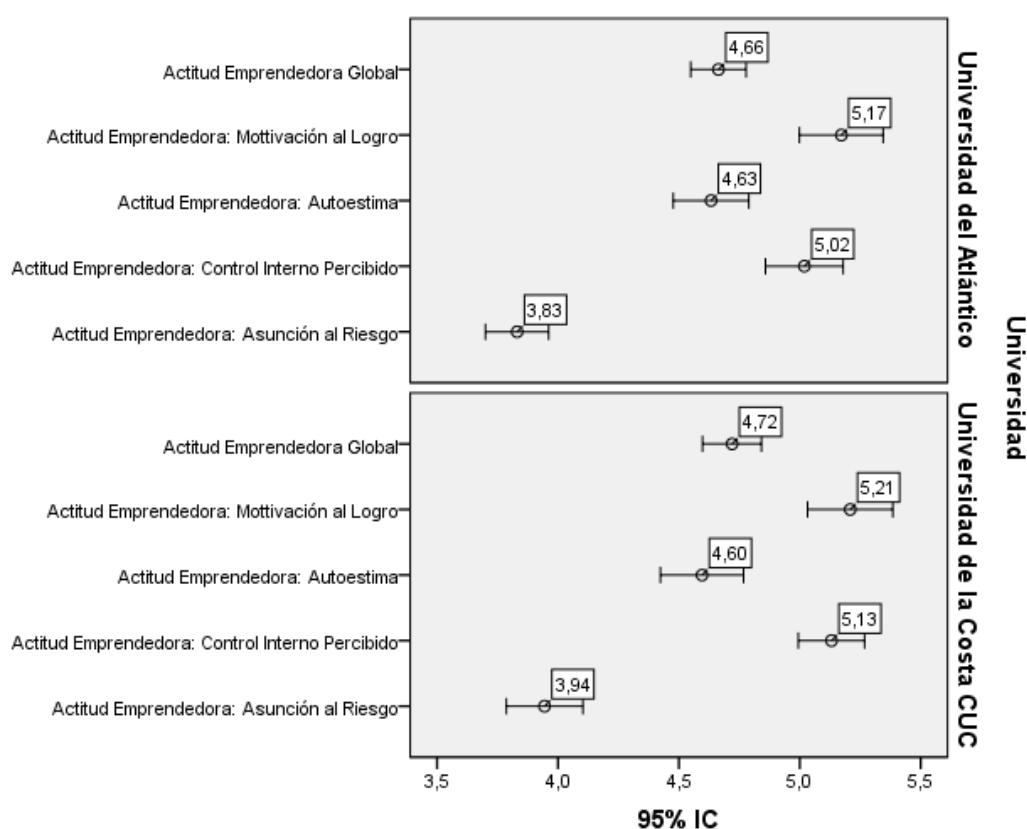


Figura 22. Análisis comparativo de las actitudes emprendedoras por universidad
Fuente: Elaboración Propia

La figura 22, ilustra las comparaciones entre los estudiantes en función de la universidad en la cual se encuentran adelantando su formación. En tal sentido, los estudiantes de la Universidad de la Costa tienden a presentar mejores niveles promedio de actitud emprendedora ($X: 4,72$), en comparación con los estudiantes de la Universidad del Atlántico ($X: 4,66$). Esta tendencia se mantiene en las dimensiones de motivación al logro, control interno percibido y asunción al riesgo. Sin embargo, cabe anotar que se adelantó la prueba estadística de comparación de dos muestras independientes y las diferencias no fueron estadísticamente significativas.

Por su parte, la figura 23, permite identificar que los estudiantes que actualmente se encuentran laborando, tienden a presentar mejores niveles promedio de actitud emprendedora ($X: 4,73$), en comparación con los estudiantes que no están laborando ($X: 4,61$). Esta tendencia se mantiene en las dimensiones de motivación al logro, autoestima y asunción al riesgo.

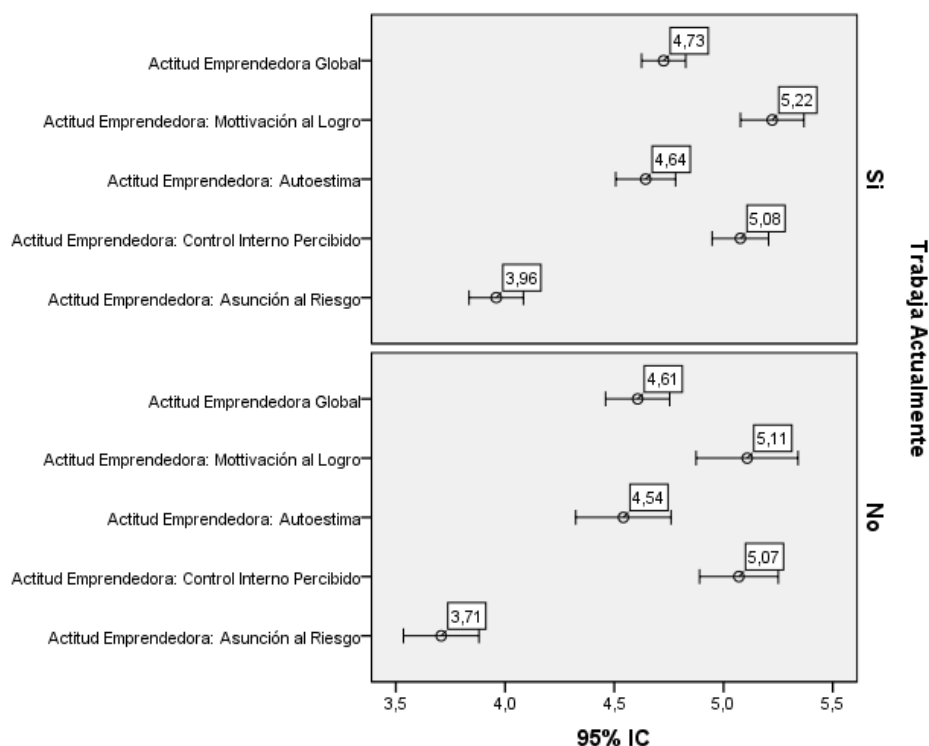


Figura 23. Análisis comparativo de las actitudes emprendedoras en función de la condición laboral
Fuente: Elaboración Propia

Los resultados obtenidos en este apartado permiten señalar que las diferencias encontradas en cada una de las variables analizadas no fueron estadísticamente significativas entre estudiantes de universidades públicas y privadas y que en términos generales el riesgo, representa la mayor “barrera” frente al emprendimiento universitario, tal como había sido identificado en la literatura por autores como Iskandarini (2014), Martins et al. (2018), Moreno-Gomez et al. (2017), Orrego (2008).

Análisis correlacional entre capital social y actitudes emprendedoras

En relación con el último objetivo específico, a continuación, se presentan las principales correlaciones que se encontraron entre el capital social y la actitud emprendedora de forma directamente proporcional y estadísticamente significativa. Ver Tabla 6.

Tabla 6.

Análisis correlacional entre el capital social y las actitudes emprendedoras (1).

Correlaciones		Capital Social: Cooperación Org.	Capital Social: Reciprocidad Org.	Capital Social: Confianza Org.
Capital Social: Reciprocidad Org.	Correlación de Pearson	,789**		
	Sig. (bilateral)	,000		
	N	200		
Capital Social: Confianza Org.	Correlación de Pearson	,731**	,696**	
	Sig. (bilateral)	,000	,000	
	N	200	200	
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Correlación de Pearson	,746**	,682**	,681**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
	N	200	200	200
Capital Social de las Organizaciones	Correlación de Pearson	,911**	,874**	,878**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
	N	200	200	200
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Correlación de Pearson	,290**	,304**	,294**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
	N	200	200	200
Actitud Emprendedora: Autoestima	Correlación de Pearson		,179*	
	Sig. (bilateral)		,011	
	N		200	
Actitud Emprendedora: Motivación al Logro	Correlación de Pearson	,337**	,364**	,257**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
	N	200	200	200
Actitud Emprendedora Global	Correlación de Pearson	,278**	,312**	,212**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,003
	N	200	200	200

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 6, todas las correlaciones son estadísticamente significativas y directamente proporcionales. En particular para el caso del capital social en su dimensión de cooperación organizacional se destacan todas las correlaciones con las demás dimensiones del capital social con valores entre (r : ,911 y r : ,731). Adicionalmente, cabe anotar que existen correlaciones directamente proporcionales y estadísticamente significativas entre la dimensión de cooperación del capital social y la dimensión de motivación al logro en la actitud emprendedora (r : ,337), así como la dimensión de cooperación del capital social y la actitud global emprendedora (r : ,278).

La dimensión de reciprocidad del capital social también presenta correlaciones directamente proporcionales y estadísticamente significativas con las demás dimensiones del capital social con valores entre (r : ,696 y r : ,874). Igualmente existe una correlación significativa entre la dimensión de reciprocidad del capital social y las dimensiones de actitud emprendedora de autoestima, motivación al logro y actitud emprendedora global con valores entre (r : ,179 y r : ,364).

En relación con la dimensión de confianza del capital social presenta un comportamiento similar en sus correlaciones positivas y directamente proporcionales con las demás dimensiones del capital social con valores entre (r : ,681 y r : ,787), así como con las dimensiones de actitud emprendedora del control interno percibido, motivación al logro y actitud emprendedora global con valores entre (r : ,212 y r : ,294).

.

Tabla 7.

Análisis correlacional entre el capital social y las actitudes emprendedoras (2)

Correlaciones				
		Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Capital Social de las Organizaciones	Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo
Capital Social de las Organizaciones	Correlación de Pearson	,891**		
	Sig. (bilateral)	,000		
	N	200		
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Correlación de Pearson	,261**	,321**	,188**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,008
	N	200	200	200
Actitud Emprendedora: Autoestima	Correlación de Pearson			,468**
	Sig. (bilateral)			,000
	N			200
Actitud Emprendedora: Motivación al Logro	Correlación de Pearson	,238**	,329**	,222**
	Sig. (bilateral)	,001	,000	,002
	N	200	200	200
Actitud Emprendedora Global	Correlación de Pearson	,226**	,284**	,611**
	Sig. (bilateral)	,001	,000	,000
	N	200	200	200

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

La tabla 7 presenta los resultados del análisis para la dimensión de responsabilidad social organizacional donde se identifica una correlación fuerte con la escala general del capital social (r : ,891). Adicionalmente guarda correlaciones positivas y directamente proporcionales con las actitudes emprendedoras de control interno percibido, motivación al logro y global con valores entre (r : ,226 y r : ,261).

Por su parte la escala general de capital social de las organizaciones presenta correlaciones positivas y significativas con las dimensiones de las actitudes emprendedoras de control interno percibido, motivación al logro y global con valores entre (r : ,284 y r : ,329).

Complementariamente la dimensión de actitud emprendedora de asunción al riesgo presenta correlaciones directamente proporcionales y estadísticamente significativas con las dimensiones de control interno percibido, autoestima, motivación al logro y global con valores entre (r : ,188 y r : ,611).

Tabla 8

Análisis correlacional entre el capital social y las actitudes emprendedoras (3)

Correlaciones			
		Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Actitud Emprendedora: Autoestima
Actitud Emprendedora: Autoestima	Correlación de Pearson	,333**	
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	200	
Actitud Emprendedora: Motivación al Logro	Correlación de Pearson	,714**	,475**
	Sig. (bilateral)	,000	,000
	N	200	200
Actitud Emprendedora Global	Correlación de Pearson	,753**	,772**
	Sig. (bilateral)	,000	,000
	N	200	200

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

La tabla 8 muestra los resultados para la dimensión de actitud emprendedora del control interno percibido la cual se correlaciona de forma directamente proporcional con las dimensiones de autoestima, motivación al logro y con la actitud emprendedora global con valores entre (r : ,333 y r : ,753). Adicionalmente, se ha identificado que la dimensión de actitud emprendedora de autoestima se correlaciona directamente con la motivación al logro (r : ,475) y con la escala de actitud emprendedora global (r : ,772).

Finalmente se resalta la correlación directa y proporcional entre la actitud emprendedora global y la dimensión de motivación al logro (r : ,828). Ver tabla 9.

Tabla 9.

Análisis correlacional entre el capital social y las actitudes emprendedoras (4)

		Actitud Emprendedora: Motivación al Logro
Actitud Emprendedora Global	Correlación de Pearson	,828**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	200

Fuente: Elaboración propia

En el apartado 2.3 de este trabajo, se planteó una asociación de los constructos teóricos que soportan este estudio, la hipótesis central del mismo, es que la actividad emprendedora en una universidad está asociada con el capital social (Chiraz & Nouri, 2016; Hurtado et al., 2013; Liñán & Fayolle, 2015; Niño-Benavides & Cortés, 2018; Torres et al., 2017) y que esa actividad emprendedora a su vez, se ve influenciada por la responsabilidad social universitaria a través de acciones y políticas orientadas hacia el emprendimiento (Martinez-Usarralde et al., 2019; Moreno-Gomez et al., 2017; Valle Chirinos Araque & Pérez Peralta, 2016), que fomentan el desarrollo de una actitud o intención de emprender en el individuo o estudiante (Álvarez & Urbano, 2011; Global Entrepreneurship Research Association, 2018; Liñán & Fayolle, 2015). Todo esto, en el marco de un contexto particular de cada institución.

Los resultados de esta sección permiten verificar la asociación planteada con anterioridad y que independientemente del tipo de universidad (pública o privada), el desarrollo de emprendimientos por parte de la comunidad académica es un importante generador de capital social, visto como beneficios, empleos potenciales, relaciones con el entorno, etc.

En ambas universidades se han venido desarrollando estrategias para consolidar una cultura del emprendimiento, tales como UA EMPRENDE⁶ para el caso de la Universidad del

⁶ <https://www.uniatlantico.edu.co/uatlantico/node/2002>

Atlántico y CUC EMPRENDE⁷ para la Universidad de la Costa (CUC), las dos estrategias, apoyadas en políticas, instancias, estrategias, programas y acciones con responsables y recursos asignados, lo cual evidencia el “compromiso” con el emprendimiento, siendo esto evidencia de lo que se ha mencionado anteriormente como responsabilidad social universitaria garantizando la participación social, la formación profesional y ciudadana y la gestión social del conocimiento como base para la creación de empresas.

De igual forma en ambas instituciones se han desarrollado análisis de la actitud o intención de emprender por parte de los estudiantes, alineado con estudios del orden nacional e internacional tales como el GEM (Durán, Parra, & Márceles, 2015; García González, García-González, & Agudelo-Giraldo, 2019; Moreno-Gomez et al., 2017).

Conclusiones y recomendaciones

Una vez llevada a cabo la metodología propuesta, y en respuesta a la necesidad de analizar el capital social y las actitudes emprendedoras en estudiantes de instituciones con enfoque de responsabilidad social universitaria de carácter público y privado en la ciudad de Barranquilla, se exponen las principales conclusiones resultantes del estudio y fundamentadas en cada uno de los objetivos específicos y dimensiones desarrolladas.

Entre los aspectos generales hallados y como una de las principales conclusiones del primer objetivo específico el cual buscaba describir las características generales del perfil sociodemográfico y emprendedor de los estudiantes universitarios adscritos a dos instituciones en la ciudad de Barranquilla, se encontró que el 71,5% de los estudiantes de la muestra reporta que trabajan, y de ellos, el 76,2% son empleados, mientras que el 23,8% son independientes. Estos resultados muestran las dificultades que puedan encontrar las universidades objeto de este

⁷ <https://cuc.edu.co/vicerrectoria-de-extension/cuc-emprende>

estudio para desarrollar una cultura emprendedora, obligándolas a diseñar estrategias que permitan la implementación de modelos educativos ajustados a esta realidad, con enfoque de emprendimiento e intraemprendimiento.

Otro aspecto importante y concluyente dentro del perfil sociodemográfico, es que el estudio logró evidenciar una mayor participación femenina, correspondiendo al 66% en la Universidad de la Costa y al 54% en la Universidad del Atlántico. Estos resultados de igual manera pueden orientar a ambas universidades al diseño e implementación de estrategias pedagógicas con enfoque de género.

Frente al segundo objetivo específico, que buscaba comparar las principales similitudes y diferencias relacionadas con el capital social y sus dimensiones de cooperación, reciprocidad y confianza, inicialmente sobre los hallazgos más significativos en cuanto a tendencias generales de los estudiantes participantes en el estudio, se evidencia en la dimensión de Cooperación la importancia del trabajo en equipo (93%), y en contraste, la participación en las organizaciones y grupos sociales del barrio (45%). Los resultados ilustran que los estudiantes consideran que el trabajar en equipo puede hacer más fácil la solución de los problemas de la comunidad, pero en contraposición y de manera contradictoria se halló una baja contribución con las organizaciones del barrio para solucionar los problemas de este.

En el mismo sentido, sobre la dimensión reciprocidad los estudiantes consideran importante que la comunidad se organice principalmente para el logro de los objetivos comunes (91,5%), pero de manera contradictoria se halló una baja contribución con las organizaciones del barrio para solucionar los problemas de este (54,5%). En la dimensión de confianza los estudiantes en términos generales consideran que las organizaciones del barrio son capaces de cumplir con los propósitos por la cual fueron creados.

Dentro de las principales similitudes y diferencias encontradas en la valoración general del Capital Social en función de la responsabilidad social y de la condición laboral, no se encontraron diferencias significativas en las dimensiones de cooperación, de confianza y de reciprocidad; aún el estudio logro evidenciar que en todas las dimensiones los estudiantes de la Universidad de la Costa presentaron mejores niveles promedio que los estudiantes de la Universidad del Atlántico. Los resultados concluyen que no hay diferencias significativas estadísticas entre estudiantes de instituciones públicas y privadas.

En lo referente al tercer objetivo específico, el cual se centra en comparar las principales similitudes y diferencias relacionadas con las actitudes emprendedoras y sus dimensiones de orden cognitivo, afectivo y conductual, en el análisis comparativo de la escala de actitudes emprendedoras, se evidenció que no existen diferencias significativas en los estudiantes de ambas universidades.

Por otro lado, en las actitudes emprendedoras en función de la condición laboral el estudio concluyo, dentro de una calificación de 1 a 5, que los estudiantes que actualmente se encuentran laborando, tienden a presentar mejores niveles promedio de actitud emprendedora ($X: 4,73$), en comparación con los estudiantes que no están laborando ($X: 4,61$). Esta tendencia se mantiene en las dimensiones de motivación al logro, autoestima y asunción al riesgo. Los resultados hacen necesario que las Instituciones de Educación Superior tengan una mirada hacia programas conectados con las empresas y el desarrollo de intraemprendimientos que permitan potencializar los resultados.

Con relación al cuarto objetivo específico, referente a analizar la relación existente entre el capital social y las actitudes emprendedoras en los estudiantes pertenecientes a dos instituciones en la ciudad de Barranquilla, el nivel de análisis correlacional establecido entre el

Capital Social y las Actitudes Emprendedoras ($r: .284$; $p < .000$) presentó una tendencia generalizada de correlaciones directamente proporcionales y estadísticamente significativas en todos los casos. Lo cual indica que existe una correlación positiva entre la generación del Capital Social y las Actitudes Emprendedoras a nivel general, al interior y entre sus dimensiones de estudio. En este sentido cabe resaltar que en la medida en que se fortalezcan los procesos de responsabilidad social universitaria orientados al compromiso con el desarrollo de programas de emprendimiento, estos procesos generarán un impacto significativo en los niveles de capital social y espíritu emprendedor de los estudiantes, para responder a los retos contemporáneos del desarrollo sostenible de sus comunidades.

Dentro de las principales recomendaciones derivadas del presente estudio, se resalta la necesidad de fortalecer los espacios de formación curricular, programas y convocatorias que estimulen el desarrollo de procesos de emprendimiento con los estudiantes, bajo el enfoque de la responsabilidad social universitaria y empresarial.

Los procesos de emprendimiento deben orientarse en el marco de la responsabilidad social para responder a los retos de los 17 Objetivos del Desarrollo Sostenible (ONU, 2015), generando previamente un diagnóstico regional y local de las principales brechas y retos que tiene en particular el departamento del Atlántico en el contexto de la Región Caribe Colombiana.

Se requiere establecer procesos de integración interuniversitaria que permitan el fortalecimiento de redes de cooperación entre los estudiantes que se encuentran en las diferentes fases de sus proyectos de emprendimiento, con miras a generar las mejores condiciones para consolidar la formulación, validación e implementación efectiva de estas nuevas ideas emprendedoras orientadas al mejoramiento de los niveles de empleabilidad, competitividad, innovación, apropiación social, calidad de vida y desarrollo sostenible.

Finalmente, se considera de alto valor estratégico la generación de un observatorio de responsabilidad y emprendimiento social universitario, que promueva la sinergia entre los actores centrales a saber: universidad, empresa, estado y sociedad.

Esperamos que la presente investigación proporcione bases conceptuales que apoyadas en los resultados obtenidos permitan la ampliación a futuras investigaciones en el área.

Referencias

- Abad Jiménez, F. (2005). ¿Políticas públicas sobre acción social empresarial? *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (53), 19–28. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/174/17405303.pdf>
- Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, (32), 1–26.
- Ahlin, B., Drnovšek, M., & Hisrich, R. D. (2014). Entrepreneurs' creativity and firm innovation: The moderating role of entrepreneurial self-efficacy. *Small Business Economics*, 43(1), 101–117. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9531-7>
- Ajide, F. M., Ajisafe, R. A., & Olofin, O. P. (2019). Capital controls, entrepreneurship and economic growth in selected developing countries. *Asian Economic and Financial Review*, 9(2), 191–212. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2019.92.191.212>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Al-jubari, I. (2018). *Entrepreneurial intention among university students in Sudan extending the theory of planned behavior*.
- Alberdi, J., & Pérez, K. (2006). *Capital Social. Diccionario de acción humanitaria y cooperación al desarrollo*. Barcelona: Universidad del País Vasco.
- Alvarez, C., Martins, I., & Lopez, T. (2016). *Espiritu emprendedor de los estudiantes en Colombia. Resultados del proyecto GUESSS Colombia 2016*. Universidad EAFIT.
- Álvarez, C., & Urbano, D. (2011). Una década de investigación basada en el gem: Logros y retos. *Academia*, 16760(46), 16–37.
- Alvira, R. (2001). Cuadernos de humanismo instituto de empresa y humanismo (Universidad de

Navarra). Pamplona. p.1

Andriyansah, & Zahra, F. (2017). Student awareness towards social entrepreneurship: A qualitative study. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 8(6), 457–464. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85021884857&partnerID=40&md5=f6861bf8ba3344bdb2aa7c645a67cf03>

Asprilla D. (2010). Responsabilidad social. *Proyecto guía técnica colombiana GTC.1-57*
Retrieved from <http://www.ideaspaz.org/tools/download/47341>

Audretsch, D. B., Keilbach, M. C., & Lehmann, E. E. (2007). Entrepreneurship and Economic Growth. In *Entrepreneurship and Economic Growth*.
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195183511.001.0001>

Baron, R. A. (2017). Tools entrepreneurs need for converting dreams to reality-and achieving success. In *The Wiley Handbook of Entrepreneurship* (pp. 119–138).
<https://doi.org/10.1002/9781118970812>

Belitski, M., & Heron, K. (2017). Expanding entrepreneurship education ecosystems. *Journal of Management Development*, 36(2), 163–177. <https://doi.org/10.1108/JMD-06-2016-0121>

Bermúdez Suarez, F. (2018). Intención emprendedora en instituciones de formación técnica para el trabajo en la ciudad de barranquilla. caso corporación educativa formar. *Tesis de Maestria. universidad de la Costa*. 1-105

Bjørnskov, C., & Foss, N. J. (2016). Institutions, entrepreneurship, and economic growth: What do we know and what do we still need to know? *Academy of Management Perspectives*, 30(3), 292–315. <https://doi.org/10.5465/amp.2015.0135>

Branchet, B., & Křížková, A. (2015). Gender and entrepreneurial intentions in a transition economy context: Case of the Czech Republic. *International Journal of Entrepreneurship*

- and Small Business*, 25(3), 260–281. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2015.069696>
- Cajigas, M., Haro, M. del C., & Ramirez, E. (2017). El estado colombiano y el emprendimiento empresarial: éxito o fracaso de su programa clave. *Criterio Libre*, 15(26), 105–130.
- Cardozo, A., Amarís, M., & Blanco, A. (2015). *Modelo analítico de las relaciones funcionales entre el capital social, la salud mental y las cogniciones postraumáticas en víctimas del desplazamiento forzado asociado al conflicto armado*. Universidad del Norte.
- Carneiro Caneda, M. (2004). *La responsabilidad social corporativa interna: la "nueva frontera" de los recursos humanos*. Esic Editorial.
- Chiraz, F., & Nouri, C. (2016). Social capital, entrepreneurship and economic growth: The case of developed and developing countries . *Proceedings of the 27th International Business Information Management Association Conference - Innovation Management and Education Excellence Vision 2020: From Regional Development Sustainability to Global Economic Growth, IBIMA 2016*, 2395–2406. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84984636574&partnerID=40&md5=ebb1003568158ac86c4896b7f595c75e>
- Coduras, A. (2015). *Responsabilidad Social y Emprendimiento en España*. Madrid.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95--S120.
- Coleman, J. S., & Coleman, J. S. (1994). *Foundations of social theory*. Harvard university press.
- Cong, C., Dempsey, M., & Xie, H. M. (2017). Political skill, entrepreneurial orientation and organizational justice: A study of entrepreneurial enterprise in China. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(1), 20–34. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-05-2015-0103>

- Da Fonseca, M. (2015). *Estudio De La Intención Emprendedora En Portugal Desde La Perspectiva De Los Valores Y Del Género* (UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA). Retrieved from http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:Psicologia-Bmdfonseca/DA_FONSECA_OLIVEIRA_Belkis_Maria_Tesis.pdf
- de la Rosa Ruíz, D., Armentia, P. G., & de la Calle Maldonado, C. (2019). Education for sustainable development: The role of the university in the 2030 agenda transformation and design of new learning environments . *Prisma Social*, (25), 179–202. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85068077026&partnerID=40&md5=6460d0c41ac4743501625878efed7d1a>
- Dimitratos, P., Voudouris, I., Plakoyiannaki, E., & Nakos, G. (2012). International entrepreneurial culture—Toward a comprehensive opportunity-based operationalization of international entrepreneurship. *International Business Review*, 21(4), 708–721.
- Duran, S., Fuenmayor, A., Sergio, C., & Hern, R. (2016). Emprendimiento como proceso de responsabilidad social en instituciones de educación superior en Colombia y Venezuela. *Desarrollo Gerencial*, 8(2).
- Durán, S., Parra, M., & Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Opción*, 31(77), 200–215.
- Edoho, F. M. (2015). Entrepreneurship and socioeconomic development: Catalyzing African transformation in the 21st century. *African Journal of Economic and Management Studies*, 6(2), 127–147. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-03-2013-0030>
- Forni, P., Siles, M., & Barreiro, L. (2004). *¿Qué es el Capital Social y cómo Analizarlo en contextos de Exclusión Social y Pobreza?* Michigan: Julian Samora Research Institute.

- Fuller, B., Liu, Y., Bajaba, S., Marler, L. E., & Pratt, J. (2018). Examining how the personality, self-efficacy, and anticipatory cognitions of potential entrepreneurs shape their entrepreneurial intentions. *Personality and Individual Differences*, 125, 120–125.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.01.005>
- García González, A., García-González, M. D., & Agudelo-Giraldo, M. A. (2019). Formando ingenieros emprendedores. *Revista Educación En Ingeniería*, 14(27), 72–82.
- Gelaidan, H. M., & Abdullateef, A. O. (2017). Entrepreneurial intentions of business students in Malaysia: The role of self-confidence, educational and relation support. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(1), 54–67. <https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2016-0078>
- Global Entrepreneurship Research Association. (2018). Global Entrepreneurship Monitor.
Retrieved from <https://www.gemconsortium.org/>
- Guarnizo Vargas, C. M., Velásquez Moreno, J. R., Jiménez Guzmán, C. P., & Álzate Gómez, B. H. (2019). Educación para el emprendimiento: análisis y aportes a la política pública de educación en Colombia desde la sistematización de experiencias en instituciones de educación básica y media. *Revista Complutense de Educación*, 30(1), 225.
- Hapsari, N. R., & Soeditaningrum, N. (2018). Cultural Factors on Female Entrepreneurship: A Literature Review. *E3S Web of Conferences*, 73.
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/20187311018>
- Hipsher, S. A. (2016). International HR management in emerging markets: Evidence from Thailand. In *International Human Resource Management: Trends, Practices and Future Directions* (pp. 133–158). Retrieved from
<https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0->

85029098240&partnerID=40&md5=3627d3578f6875f25cfdab5805bc90f3

- Hurley, C. O. (2018). MSME competitiveness in small island economies: a comparative systematic review of the literature from the past 24 years. *Entrepreneurship and Regional Development*, 30(9–10), 1027–1068. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1515822>
- Hurtado, D., Garcia, D., & Copete, A. (2013). Las vicisitudes del capital social de Colombia. In *Fundación Antonio Restrepo Barco, Bogotá*.
- Intrama, V., Sookbanjung, S., Santawee, K., & Teerasawad, P. (2017). Path of creativity in entrepreneur: Basic concept of creative economy development. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, Vol. 498, pp. 263–272. https://doi.org/10.1007/978-3-319-42070-7_25
- Iskandarini. (2014). The Impact of Entrepreneurial Barrier toward Entrepreneurial Intention for Decreasing Unemployment through Community Empowerment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115(Icies 2013), 166–174. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.425>
- Johansen, V., & Clausen, T. H. (2011). Promoting the entrepreneurs of tomorrow: Entrepreneurship education and start-up intentions among schoolchildren. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(2), 208–219. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2011.040761>
- Kasemsap, K. (2017). The role of social entrepreneurship in the global business environments. In *Entrepreneurship: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications* (Vol. 3–4, pp. 1268–1292). <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-1923-2.ch055>
- Koe, W.-L., Sa'ari, J. R., Majid, I. A., & Ismail, K. (2012). Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 197–

208.

Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión Empresarial*, 9(1), 28–40.

Limón, M. L. S., Tovar, Y. S., López, V. G., & Torres, Y. M. de O. R. (2019). Emprendimiento en la Educación Media Superior: Estudio Comparativo entre Baja California y Tamaulipas. *Edição/Edition*, 122.

Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907–933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>

Liñán, F., Nabi, G., & Kueger, N. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study . *Revista de Economia Mundial*, (33), 73–103. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84878077431&partnerID=40&md5=f7d5eca8885643ec327cea64193b4fbf>

Lucas, D. S., Fuller, C. S., Piano, E. E., & Coyne, C. J. (2018). Visions of entrepreneurship policy. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 7(4), 336–356. <https://doi.org/10.1108/JEPP-D-18-00034>

Mamun, A. A., Fong, S. P., & Nawi, N. B. C. (2017). Entrepreneurship education and students' career choice. *Advanced Science Letters*, 23(4), 2954–2957. <https://doi.org/10.1166/asl.2017.7617>

Martinez-Usarralde, M.-J., Gil-Salom, D., & Macias-Mendoza, D. (2019). Revisión sistemática de Responsabilidad Social Universitaria y Aprendizaje Servicio. Análisis para su institucionalización. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 24(80), 149–172.

Martins, I., Monsalve, J. P. P., & Martinez, A. V. (2018). Self-confidence and fear of failure

- among university students and their relationship with entrepreneurial orientation: Evidence from Colombia . *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 31(3), 471–485.
<https://doi.org/10.1108/ARLA-01-2018-0018>
- Mauerhofer, V. (2013). Social capital, social capacity and social carrying capacity: Perspectives for the social basics within environmental sustainability. *Futures*, 53, 63–73.
<https://doi.org/10.1016/j.futures.2013.08.006>
- Medina Brito, P., Bolívar Cruz, A., & Lemes Hernández, A. (2014). Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: GUESSS. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 0(2), 63–80. Retrieved from <http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/1758/1893>
- MEN. (2017). *Resumen de indicadores de Educación Superior*. Retrieved from https://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/w3-article-212350.html?_noredirect=1
- Molina, V., & Maya, J. (2017). How should an entrepreneurship ecosystem be? Entrepreneurship ecosystems as an artifact of design. *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE, 2017-Septe*, 734–741. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85054080134&partnerID=40&md5=283126c68509bcce4ce4e55278da9456>
- Monavvarifard, F., Baradaran, M., & Khosravipour, B. (2019). Increasing the sustainability level in agriculture and Natural Resources Universities of Iran through students' engagement in the value Co-creation process. *Journal of Cleaner Production*, 234, 353–365.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.06.175>
- Moreno-Gomez, J., Hugueth-ALba, A., Peña-Segura, K., & Mejia-Neira, A. (2017).

EMPRENDIMIENTO en la Universidad de la Costa. Resultados proyecto GUESSS 2016.

Educosta.

Morton, C. S., Huang-Saad, A., & Libarkin, J. (2016). *Entrepreneurship education for women in engineering: A systematic review of entrepreneurship assessment literature with a focus on gender. 2016-June*. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84983361973&partnerID=40&md5=809d0cbf05ddae6738bad2e08fcc0b2c>

Niño-Benavides, T. D. P., & Cortés, M. I. C. (2018). Strategic communication and corporate social responsibility scenarios and potentialities in the creation of social capital: A review of literature . *Prisma Social*, (22), 128–158. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85054977237&partnerID=40&md5=b8cb6a62e42ccdef1d994274d7132b4b>

Núñez Ladevéze, L., & Núñez Canal, M. (2018). Papel del profesor motivado en la educación emprendedora en España. *Revista Empresa y Humanismo*, XXI(1), 7–40. <https://doi.org/10.15581/015.XXI.1.7-40>

Orrego, C. I. (2008). LA DIMENSIÓN HUMANA DEL EMPRENDIMIENTO. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16(20), 225–235.

Osorio, F. F., & Londoño Roldán, J. C. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Cuadernos de Administración*, 28(51).

Piotr, D., & Rekowski, M. (2008). The relationship between entrepreneurship and economic growth: A review of recent research achievements. In *Entrepreneurship and Business: A Regional Perspective* (pp. 113–136). https://doi.org/10.1007/978-3-540-70902-2_7

Pšeničny, V., Jakopin, E., Vukčević, Z., & Ćorić, G. (2014). Dynamic entrepreneurship -

- Generator of sustainable economic growth and competitiveness . *Management (Croatia)*, 19(1), 61–92. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84904043020&partnerID=40&md5=784ee52b9d86484173809f13d865557a>
- Putnam, R. D., Leonardi, R., & Nanetti, R. Y. (1994). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton university press.
- Reis, D. A., De Moura, F. R., & De Aragão Gomes, I. M. (2018). Attitudes, abilities and aspirations in the worldwide entrepreneurship ecosystem. *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE, 2018-Septe*, 975–983. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85055427503&partnerID=40&md5=a1ecd6b0edf0b708254a40b444476dc9>
- Rico, Y., & Santamar, M. (2018). Análisis comparativo de los procesos existentes en el campo del emprendimiento en la educación media en Colombia y Ecuador. *Voces y Silencios: Revista Latinoamericana de Educación*, 8(2), 53–68.
- Roslan, M. H. H., Hamid, S., Ijab, M. T., Norman, A. A., Yusop, F. D., & Ghani, N. A. (2018). Social entrepreneurship in higher education: A systematic literature review. *Proceedings of the 32nd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2018 - Vision 2020: Sustainable Economic Development and Application of Innovation Management from Regional Expansion to Global Growth*, 3648–3664. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85063040215&partnerID=40&md5=323d367ec753310f40e0e7f3d83e929e>
- Rusique, A. A. C., Cortés-Peña, O. F., & Monsalvo, M. C. (2018). Relaciones funcionales entre salud mental y capital social en víctimas del conflicto armado y personas en situación de pobreza. *Interdisciplinaria. Revista de Psicología y Ciencias Afines*, 34(2).

- Saavedra Garcia, M. (2011). La responsabilidad social empresarial y las finanzas. *Cuadernos de Administración*, 27(46), 39–54.
- Sánchez, J. C., Lanero, A., & Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario (Determinant Variables of the Entrepreneurial Intention in the University Context). *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15(1).
- Sardana, D. (2015). What Facilitates Cultural Entrepreneurship? - A Study of Indian Cultural Entrepreneurs. *Journal of Creative Behavior*. <https://doi.org/10.1002/jocb.131>
- Shimlina, I. V., & Suvorova, L. B. (2018). The concept of sustainable development as adopted by environmental and geographical school education: Russia and Kazakhstan . *Espacios*, 39(17). Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85053266511&partnerID=40&md5=dc941458e92c6cfc4a6c65c660a3ba91>
- Shinnar, R. S., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 465–493.
- Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S., & Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio. *Formacion Universitaria*, 9(1), 25–34. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>
- Støren, L. A. (2014). Entrepreneurship in higher education: Impacts on graduates' entrepreneurial intentions, activity and learning outcome. *Education and Training*, 56, 795–813. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2014-0070>
- Sureda-Negre, J., Catalán-Fernández, A., Álvarez-García, O., & Comas-Forgasa, R. (2013). The concept of “sustainable development” in the curriculum regulation of Secondary Education in Spain . *Estudios Pedagogicos*, 39(1), 253–267. <https://doi.org/10.4067/S0718-07052013000100015>

- Tarapuez, E., Guzman Díaz, B. E., & Hernández, R. P. (2018). Intención emprendedora y aspectos sociodemográficos en Colombia. *Espacios*, 39(28), 18. Retrieved from <http://www.revistaespacios.com/a18v39n28/18392819.html>
- Torres, P., Florez, J., Morgan, J., Rodriguez, G., Melamed, E., Espinosa, V., & Niño, J. R. (2017). Estudio de influencia de la cultura en el emprendimiento: caso de la comunidad árabe de Barranquilla, Colombia. *Revista ESPACIOS*, 38(41).
- Uribe Macias, M. E. (2016). Responsabilidad social en la Universidad del Tolima: una mirada desde la comunidad vecina. *Cuadernos de Administración*, 31(54), 89–98.
- Valencia Marulanda, F. Á. (2015). *Una contribución a la comprensión de las motivaciones del emprendedor y su conexión con el emprendimiento MIPES del Valle de Aburrá Una contribución a la comprensión de las motivaciones del emprendedor y su conexión con el emprendimiento MIPES del Valle d.* Universidad Nacional de Colombia.
- Vallaey, F. (2006). Breve marco teórico de responsabilidad social universitaria. In *Vallaey y Carrizo, Responsabilidad Social Universitaria*. Retrieved from http://www.cca.org.mx/apoyos/formacion_c/02_profesores/info_esp/01_Responsabilidad_Social/marco_teorico_rsu_vallaey.pdf
- Valle Chirinos Araque, Y., & Pérez Peralta, C. M. (2016). La Responsabilidad Social Universitaria: emprendimiento sostenible como impacto de intervención en comunidades vulnerables. *Revista Ean*, (81), 91–110.
- Varela Morales, J. & Cortés Hernández, J. (2019). Análisis del capital social y las actitudes emprendedoras desde el enfoque de la responsabilidad social universitaria en estudiantes de instituciones públicas y privadas. Universidad de la Costa CUC. *Ingeniería, Desarrollo e Innovación*. 2(2): 1-33

- Vargas, B. A. (2016). The relationship between architecture and Education for Sustainable Development (ESD). Space as a reactive factor within the pedagogical model . *Bordon*, 68(1), 145–163. <https://doi.org/10.13042/Bordon.2016.68109>
- Vila-Merino, E. S., Caride Gómez, J. A., Estrada, B., & Rosa, M. (2018). *Educación, sostenibilidad y ética: Desafíos ante los objetivos de desarrollo sostenible (ODS)*.
- Villar, E., & Albertin, P. (2010). “It is who knows you”. The positions of university students regarding intentional investment in social capital. *Studies in Higher Education*, 35(2), 137–154. <https://doi.org/10.1080/03075070902957080>
- Wang, H., & Huang, Q. (2011). A conceptual model of entrepreneurial intentions of IT professionals: From an organizational embeddedness perspective. *International Conference on Management and Service Science, MASS 2011*.
<https://doi.org/10.1109/ICMSS.2011.5997935>
- Woodside, A. G., Bernal, P. M., & Coduras, A. (2016). The general theory of culture, entrepreneurship, innovation, and quality-of-life: Comparing nurturing versus thwarting enterprise start-ups in BRIC, Denmark, Germany, and the United States. *Industrial Marketing Management*, 53, 136–159. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.11.003>
- Xiang, H., & Lei, J. (2013). Student entrepreneurial intentions in Chinese universities based on the ISO model. *Qinghua Daxue Xuebao/Journal of Tsinghua University*, 53(1), 122-128+138. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84875597708&partnerID=40&md5=85a786f0cb783d05bbe2146d0ae24d1c>
- Xu, X., Ni, H., & Ye, Y. (2016). Factors influencing entrepreneurial intentions of Chinese secondary school students: an empirical study. *Asia Pacific Education Review*, 17(4), 625–635. <https://doi.org/10.1007/s12564-016-9439-4>

Yu, T.-L., & Wang, J.-H. (2019). Factors affecting social entrepreneurship intentions among agricultural university students in Taiwan. *International Food and Agribusiness Management Review*, 22(1), 107–118. <https://doi.org/10.22434/IFAMR2018.0032>

Anexos

Anexo 1. Caracterización sociodemográfica de los estudiantes universitarios, escalas de capital social y actitudes emprendedoras**FICHA DE CARACTERIZACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA**

1. SEXO: Femenino (1) / Masculino (2)	2. EDAD:	3. ESTADO CIVIL: Soltero (1) / Casado (2) / U. Libre (3) Separado (4) / Viudo (5)
4. ESTRATO: (1) / (2) / (3) / (4) / (5) / (6)	5. TRABAJA: Si (1) / No (2)	6. TIPO DE VINCULACIÓN: Empleado (1) / Independiente (2)
7. PROGRAMA:	8. SEMESTRE:	9. UNIVERSIDAD:
10. ESTADO DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO: Formulación (1) / Validación (2) / Implementación (3)		

ESCALA DEL CAPITAL SOCIAL EN LAS ORGANIZACIONES EMPRENDEDORAS
(Cardozo et al., 2015)

A continuación, se presentan una serie de afirmaciones, usted debe escoger la respuesta que más se acerque a usted. No hay respuestas buenas o malas, por favor lea cada una de ellas y seleccione la opción con la que se identifique más en cada uno de los casos teniendo en cuenta la siguiente escala: Definitivamente NO (1) / Probablemente NO (2) / Probablemente SI (3) / Definitivamente SI (4).

COOPERACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES	
1	Contribuyo activamente con las organizaciones de mi barrio para gestionar la solución de problemas que nos aquejan
2	Coopero con los requerimientos que hacen las organizaciones de mi comunidad para gestionar cambios en mi barrio.
3	Cuando se requiere del apoyo de alguna organización en la comunidad, hago lo posible para que sea realidad
4	Las organizaciones presentes en mi comunidad han respondido efectivamente en la solución de los problemas
5	La cooperación con las organizaciones de mi barrio contribuye a la solución de los problemas en nuestra comunidad
6	Considero que el trabajo en equipo hace más fácil la solución de los problemas de mi comunidad
7	Es posible alcanzar objetivos comunes en mi barrio cuando se hace desde una organización de la comunidad
RECIPROCIDAD EN LAS ORGANIZACIONES	
8	Cuando participo en proyectos de comunitarios, considero que a mí también me beneficiaran.
9	Las organizaciones de mi comunidad atienden a sus miembros cuando ha sido necesario
10	Si apoyamos a las organizaciones comunitarias podremos contar con su respaldo cuando sea necesario
11	Considero que es importante que la comunidad se organice para alcanzar los propósitos y beneficios esperados
12	Participo en las organizaciones de mi barrio para resolver los problemas que nos aquejan, buscando el bien de todos.
13	Hay correspondencia entre los aportes que realizo a las organizaciones de mi comunidad y lo que puedo recibir de ellas
14	Considero que hay un intercambio de favores entre las organizaciones donde participo y lo que puedo esperar de ellas
CONFIANZA EN LAS ORGANIZACIONES	
15	Las organizaciones de mi comunidad me hacen sentir seguro
16	Me siento comprometido con las instituciones de mi comunidad, ya que con ellas puedo alcanzar objetivos comunes
17	Considero que las organizaciones de mi barrio son capaces de cumplir con los propósitos para los cuales se crearon
18	Las comunicaciones que tenemos con las organizaciones en mi barrio son confiables
19	Puedo contar con las organizaciones de mi barrio para dar solución a mis problemas como miembro de la comunidad
20	Puedo descansar y tranquilizarme cuando busco apoyo en las organizaciones de mi comunidad
21	Tengo confianza en las organizaciones de mi comunidad
CIVISMO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	
22	Participo en los procesos donde se deben tomar decisiones para el desarrollo de mi comunidad
23	Me gusta liderar actividades y gestionar tramites que beneficien a mi barrio
24	Hago propuestas y doy ideas que puedan ayudar a solucionar los problemas de mi comunidad.
25	Asumo responsabilidades cuando trabajamos de manera conjunta en el barrio para lograr un objetivo común

26	Me gusta elegir o ser elegido para asumir funciones en la organización de mi comunidad
27	Trabajo con los miembros de mi comunidad para mejorar la calidad de vida de las personas de mi barrio.
28	Trabajar activamente con la comunidad puede generar cambios en las condiciones y problemas propios de mi barrio.

ESCALA DE ACTITUDES EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS
(Krauss, 2011)

A continuación, encontrará una serie de afirmaciones relacionadas con las creencias, sentimientos y comportamientos asociados al Perfil Emprendedor de los Estudiantes Universitarios. Por favor lea cada una de las afirmaciones y marque con una (X) la alternativa que considere pertinente y refleje su forma de ser, según sea su caso en particular, teniendo en cuenta la siguiente escala: Total Desacuerdo (1) / Moderado Desacuerdo (2) / Leve Desacuerdo (3) / Leve Acuerdo (4) / Moderado Acuerdo (5) / Total Acuerdo (6).

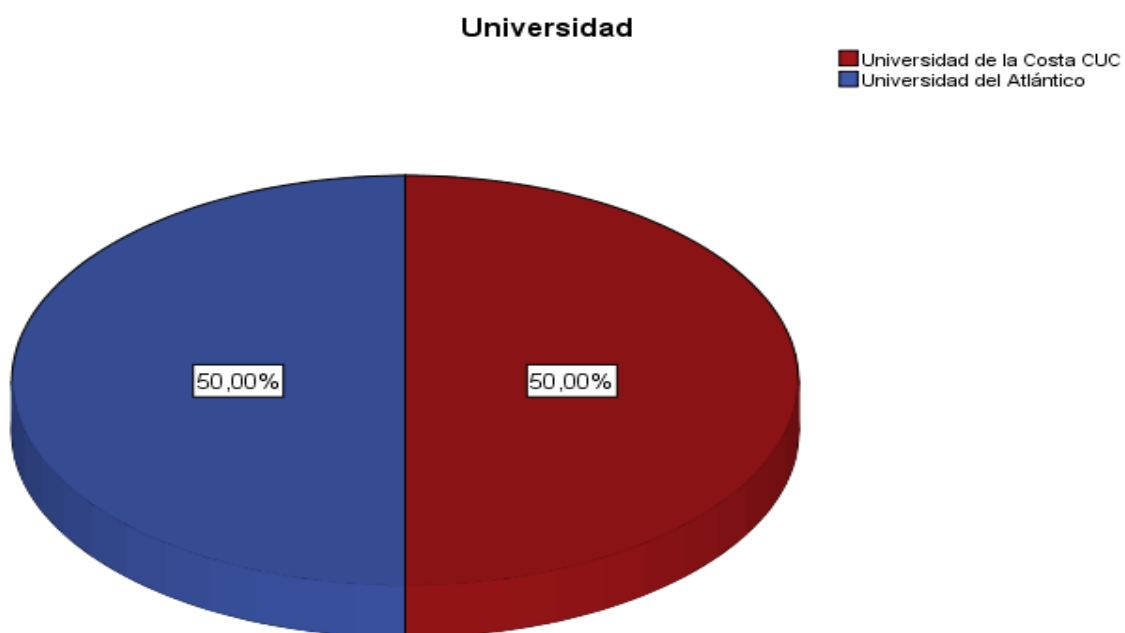
IT	AFIRMACIÓN
1	Me gusta que las cosas sean estables y predecibles.
2	Siempre he trabajado duro para estar entre los primeros.
3	Me gusta trabajar dónde no hay mucha incertidumbre ni cambios constantes
4	Dedico todo el tiempo necesario para hacer que las cosas con las que estoy comprometido funcionen mejor.
5	Normalmente realizo muy bien mi parte de trabajo en cualquier proyecto en el que estoy implicado.
6	Creo que la gente con éxito se manejará mejor que yo en reuniones de negocios.
7	Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo.
8	Me siento cohibido cuando estoy con personas de mucho éxito en los negocios.
9	Realizo cada trabajo tan exhaustivamente como sea posible para lograr las metas
10	Prefiero un trabajo fijo con vacaciones más que una nueva oportunidad / reto laboral
11	No estoy seguro(a) de mis propias ideas y capacidades.
12	Estar autoempleado implica mayores riesgos que los que estoy dispuesto a correr.
13	Me siento inferior a la mayor parte de las personas con las que trabajo.
14	No me molesta la incertidumbre y el riesgo que suele provocar lo desconocido.
15	Creo que cualquier organización puede llegar a ser más efectiva empleando a personal competente
16	Creo que para tener éxito en un negocio es necesario conocer al cliente para ofrecerle lo mejor
17	Creo que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales
18	Me gusta la agitación y la emoción que implica tomar riesgos
19	Para resolver un problema empresarial es importante abordarlo de forma exhaustiva e innovadora
20	A menudo llevo a cabo tareas de una forma original.
21	Suelo apostar por buenas ideas, aunque no sean del todo seguras.
22	Creo que lo más importante a la hora de seleccionar socios es que sean competentes.
23	Me comprometo a fondo con el logro de mis metas laborales
24	Me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi trabajo.
25	Me siento satisfecho(a) cuando logro desarrollar una idea novedosa de emprendimiento laboral
26	Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas y oportunidades de negocios.
27	Por lo general evito asumir riesgos.
28	Normalmente busco compañeros de trabajo que les guste explorar nuevas formas de hacer las cosas.
29	Considero que los problemas no son barreras sino nuevas oportunidades para crecer
30	Asumo los fracasos de forma constructiva, como oportunidades de aprendizaje y mejoramiento continuo

Anexo 2. Resultados del procesamiento estadístico con SPSS

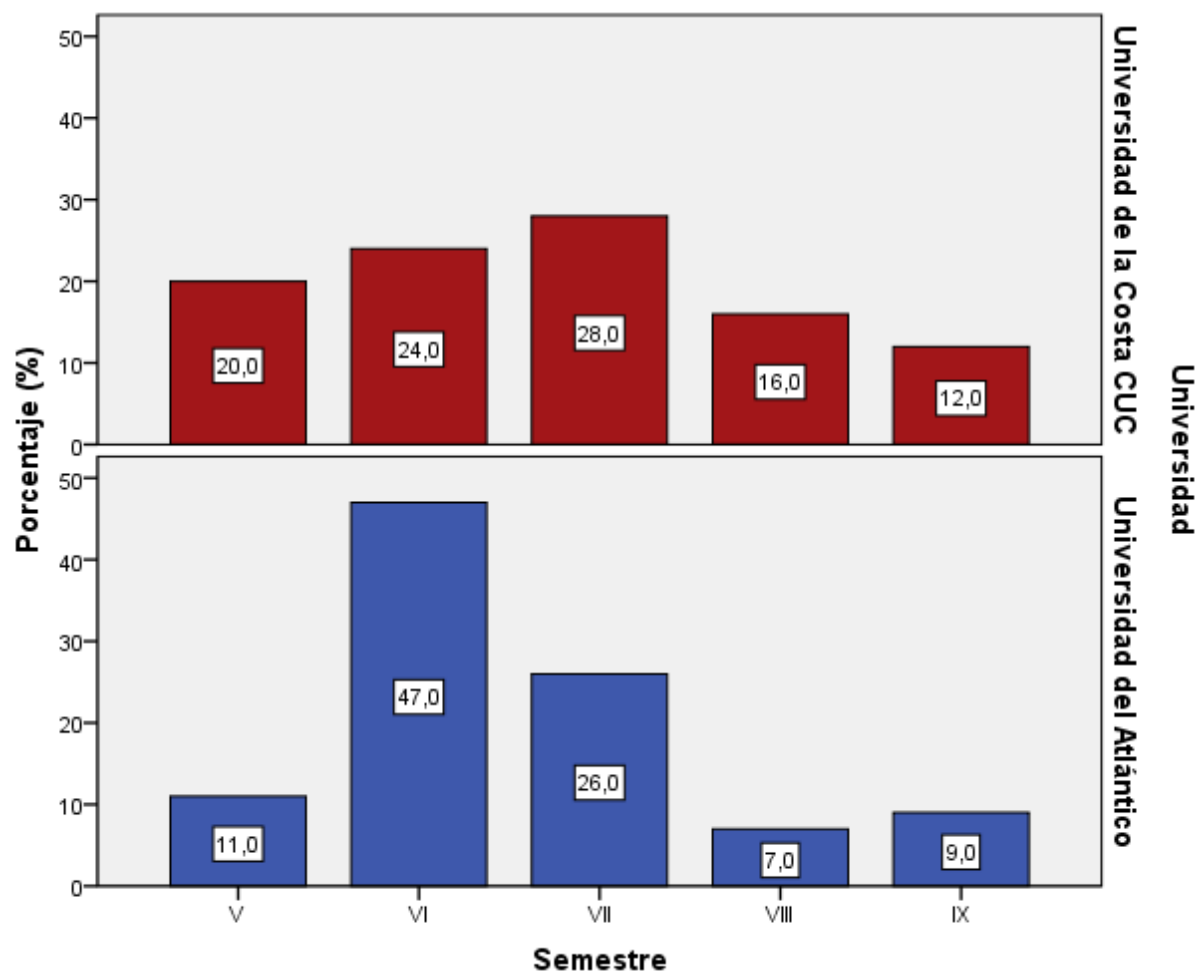
Frecuencias

Estadísticos		
Universidad		
N	Válidos	200
	Perdidos	0

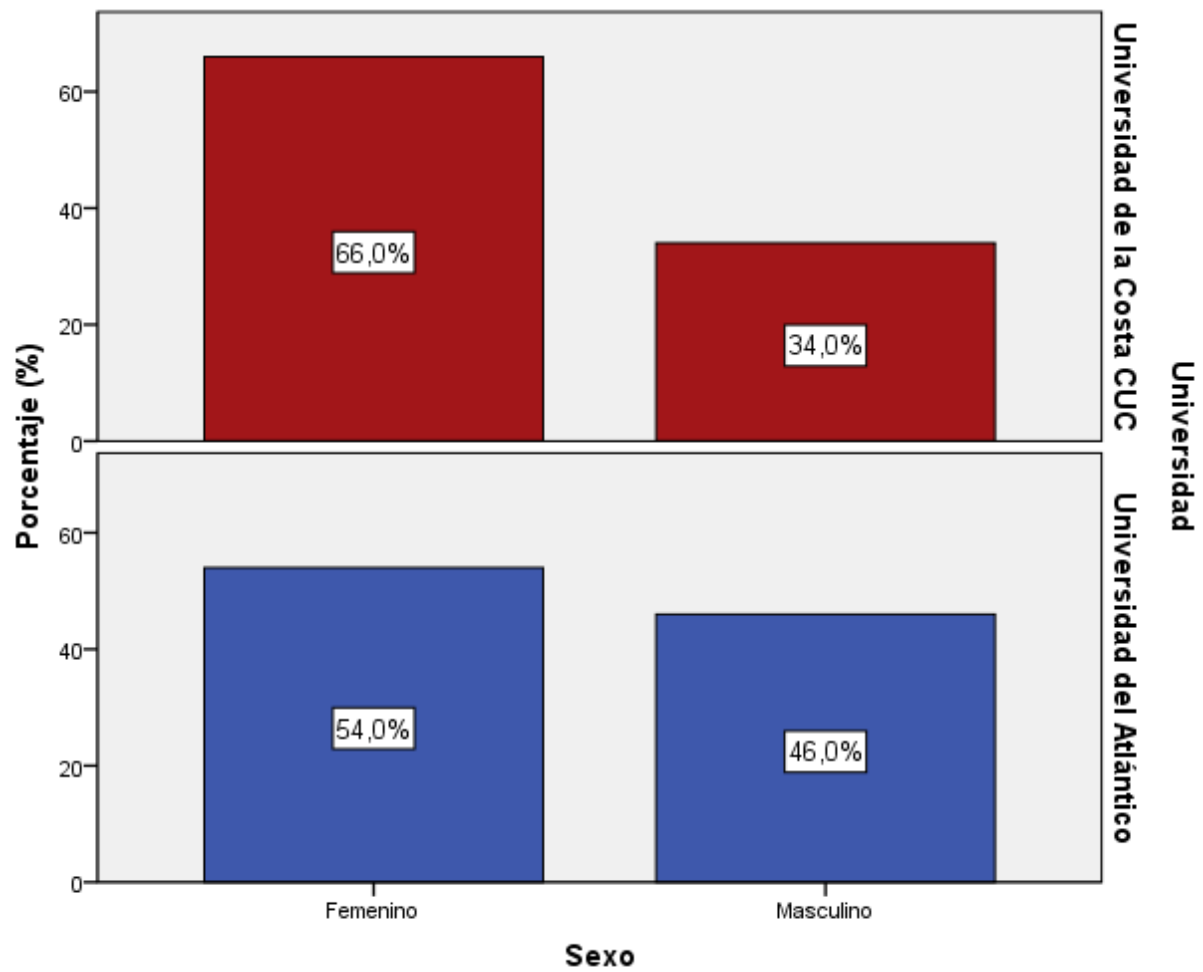
Universidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Universidad de la Costa CUC	100	50,0	50,0	50,0
	Universidad del Atlántico	100	50,0	50,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Gráfico

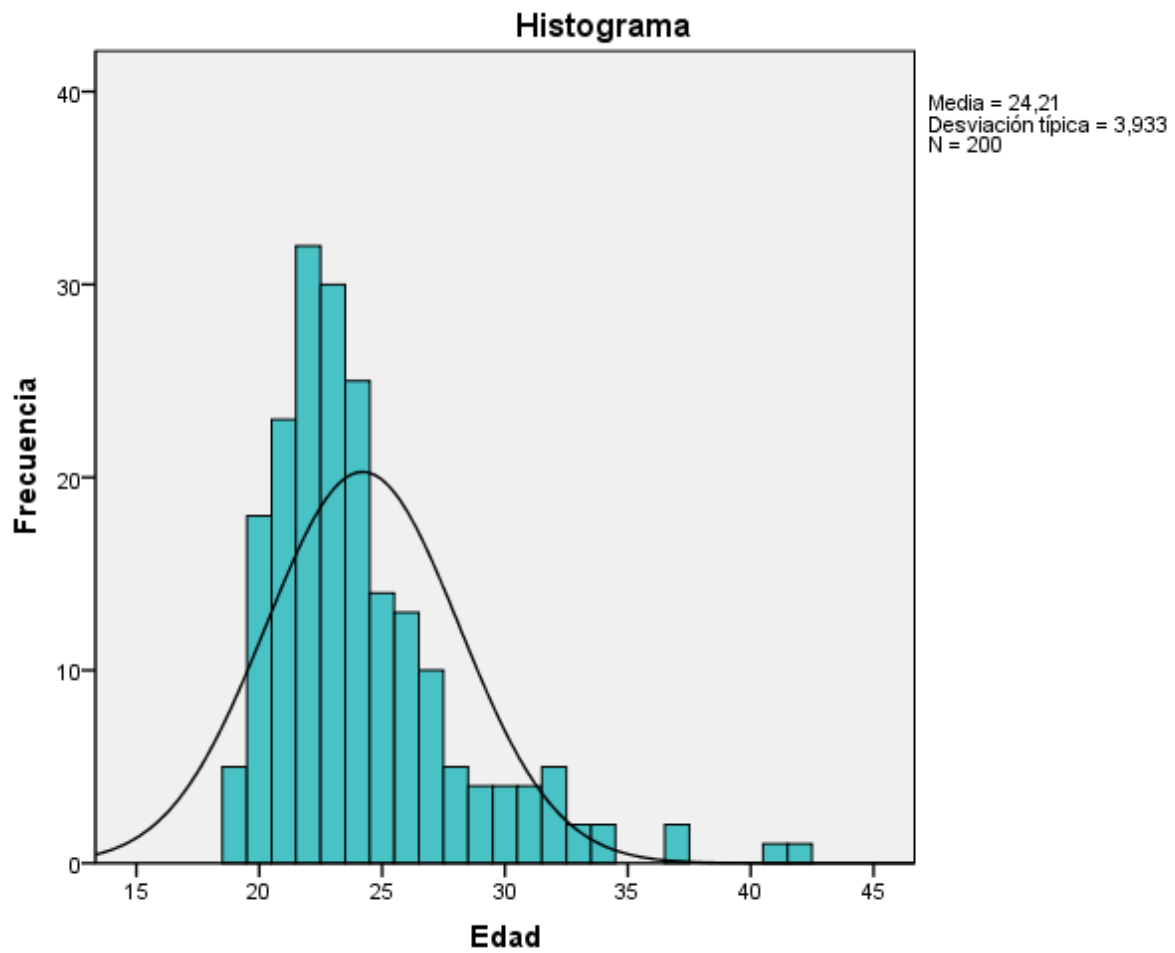


Gráfico

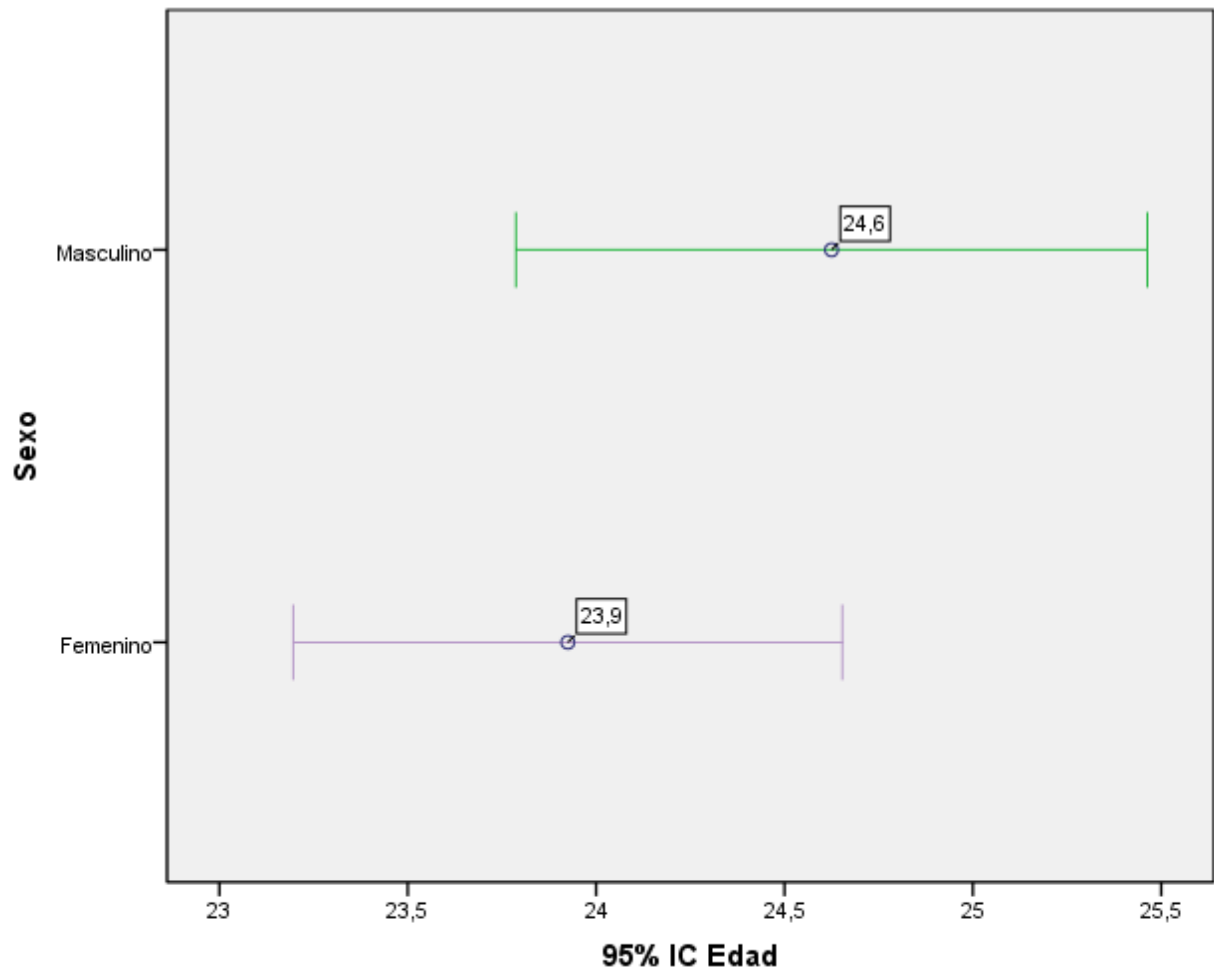


Frecuencias

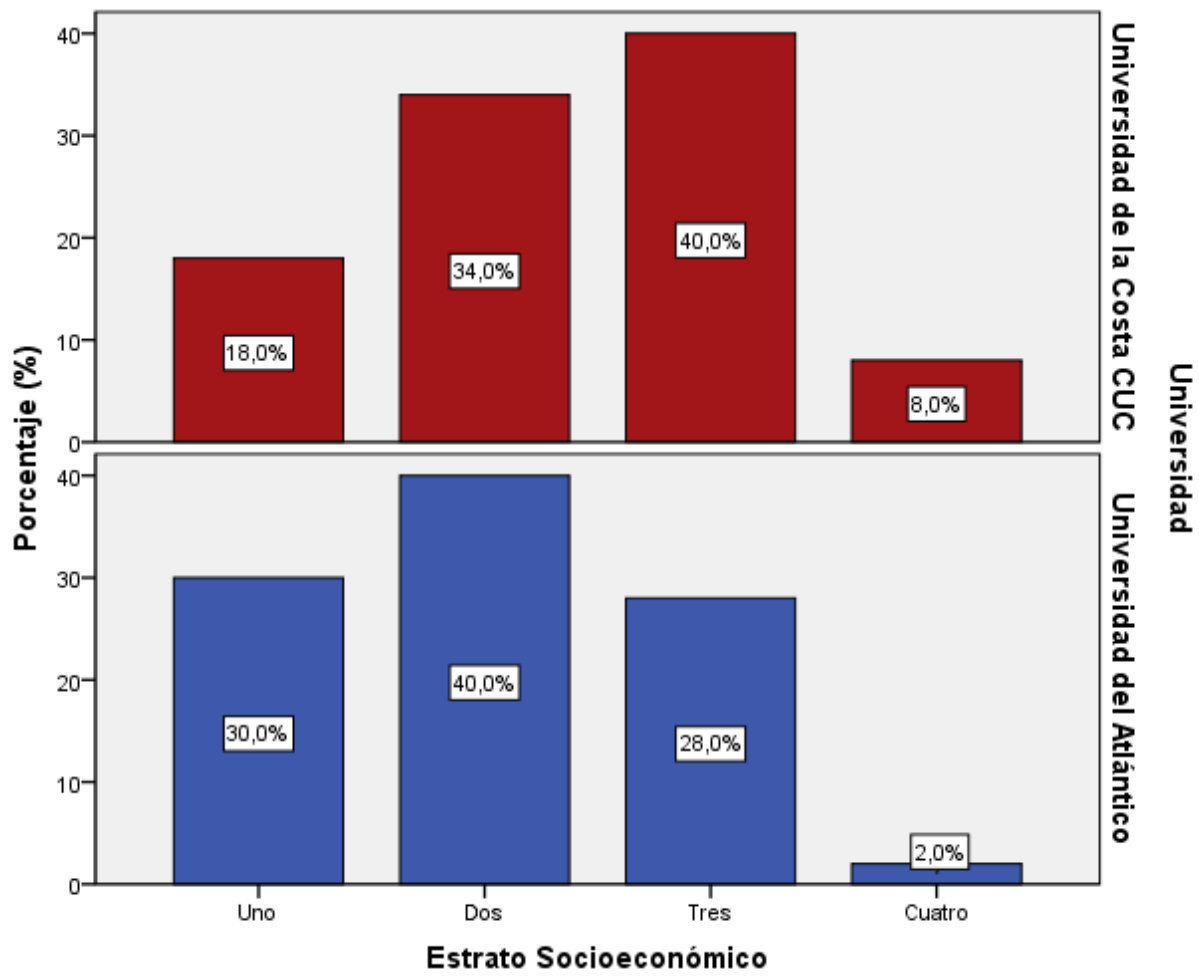
Estadísticos		
Edad		
N	Válidos	200
	Perdidos	0
Media		24,21
Mediana		23,00
Moda		22
Desv. típ.		3,933
Mínimo		19
Máximo		42
Percentiles	25	22,00
	50	23,00
	75	26,00



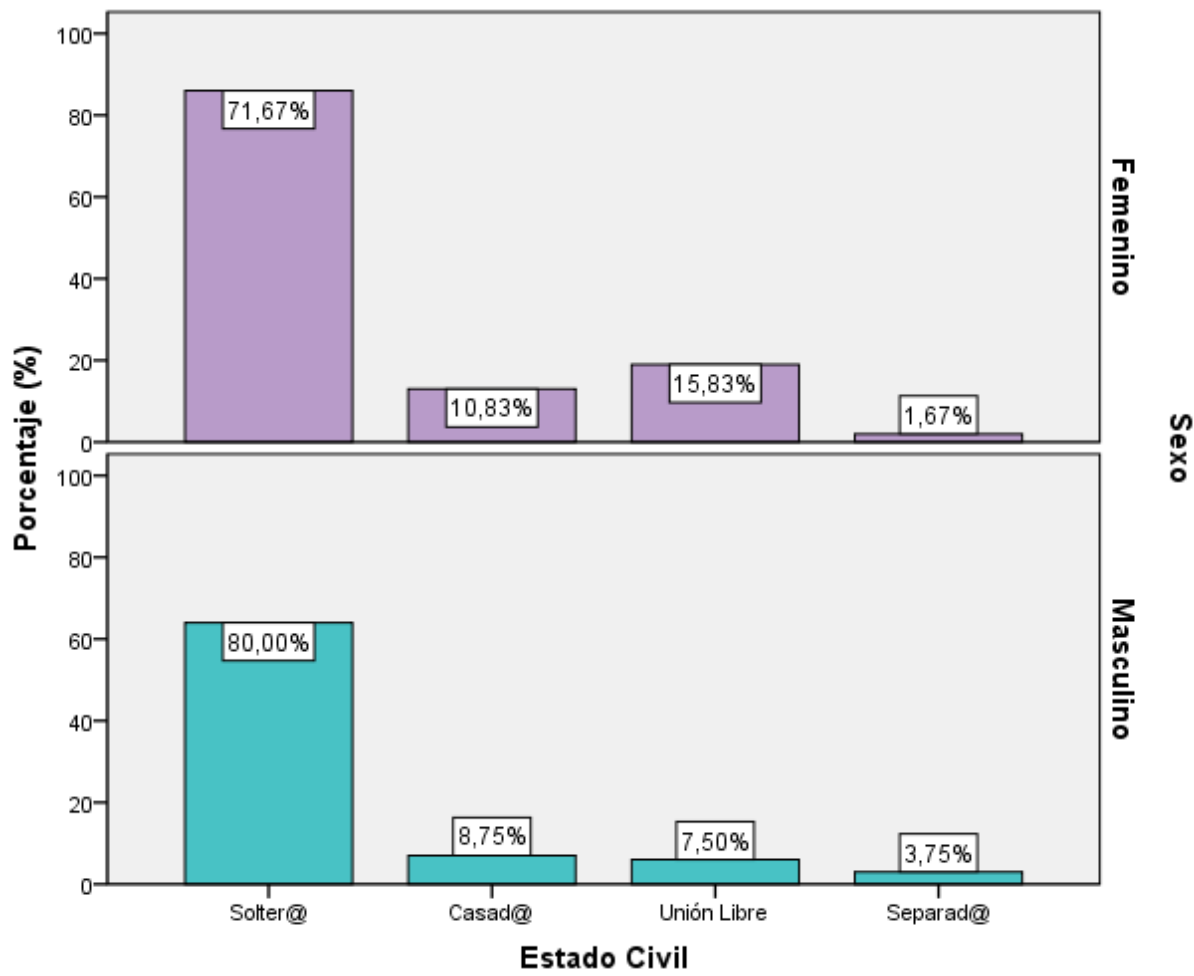
Gráfico



Gráfico



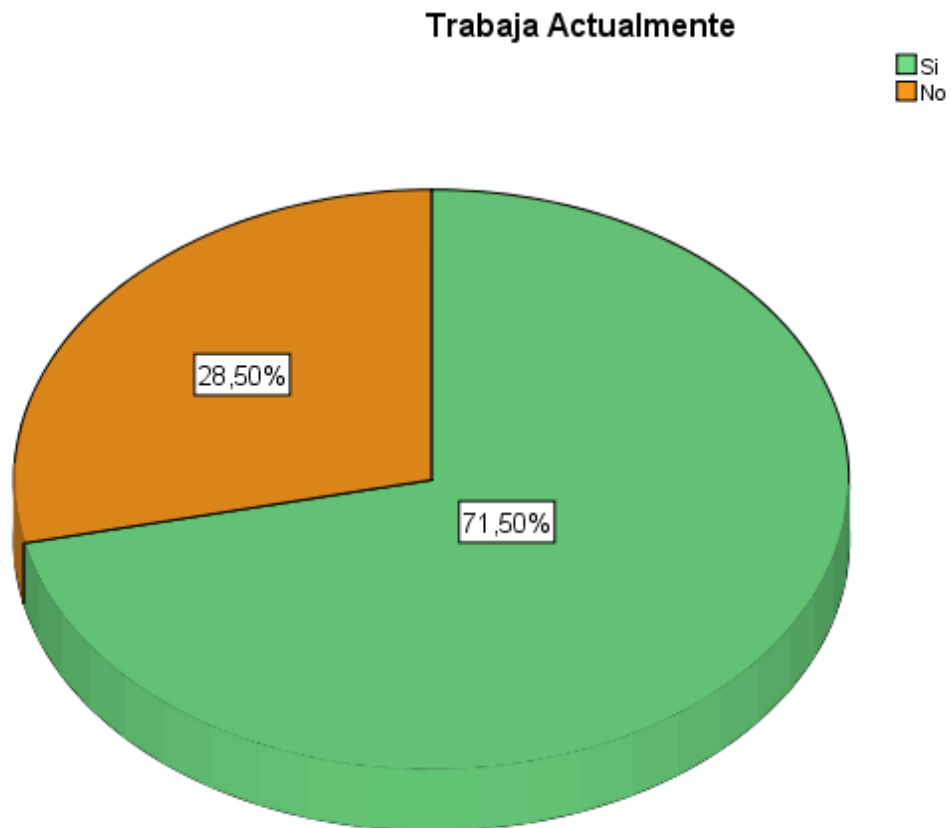
Gráfico



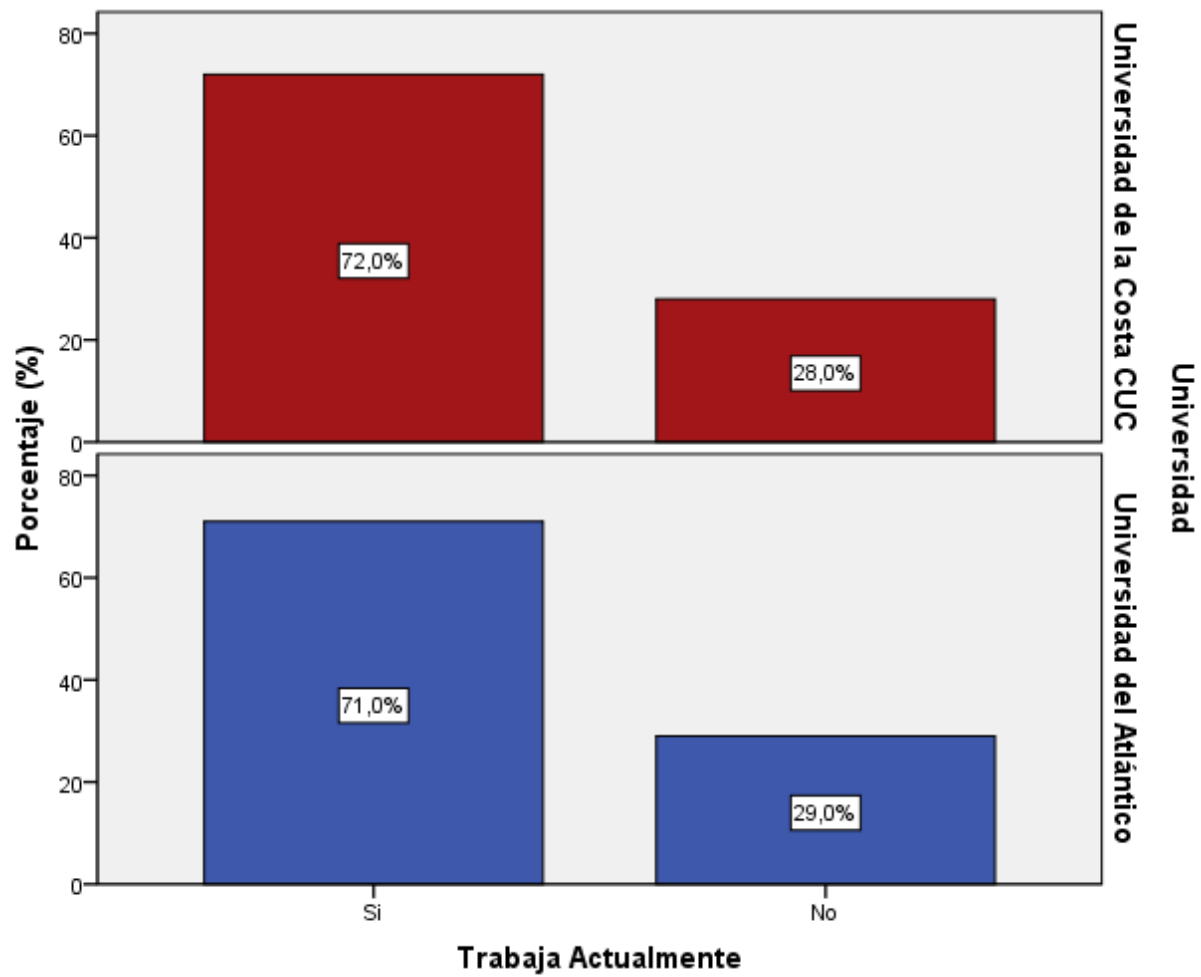
Frecuencias

Estadísticos		
Trabaja Actualmente		
N	Válidos	200
	Perdidos	0

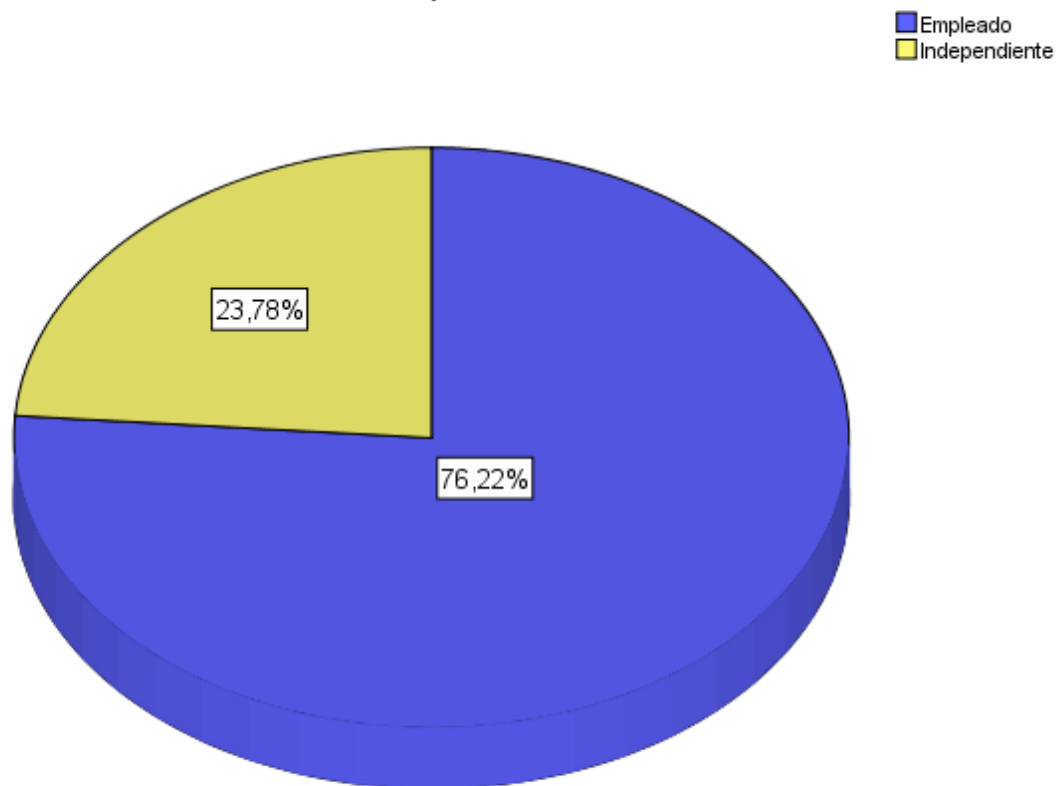
Trabaja Actualmente					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	143	71,5	71,5	71,5
	No	57	28,5	28,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Gráfico



Tipo de Vínculo Laboral



Frecuencias

Estadísticos

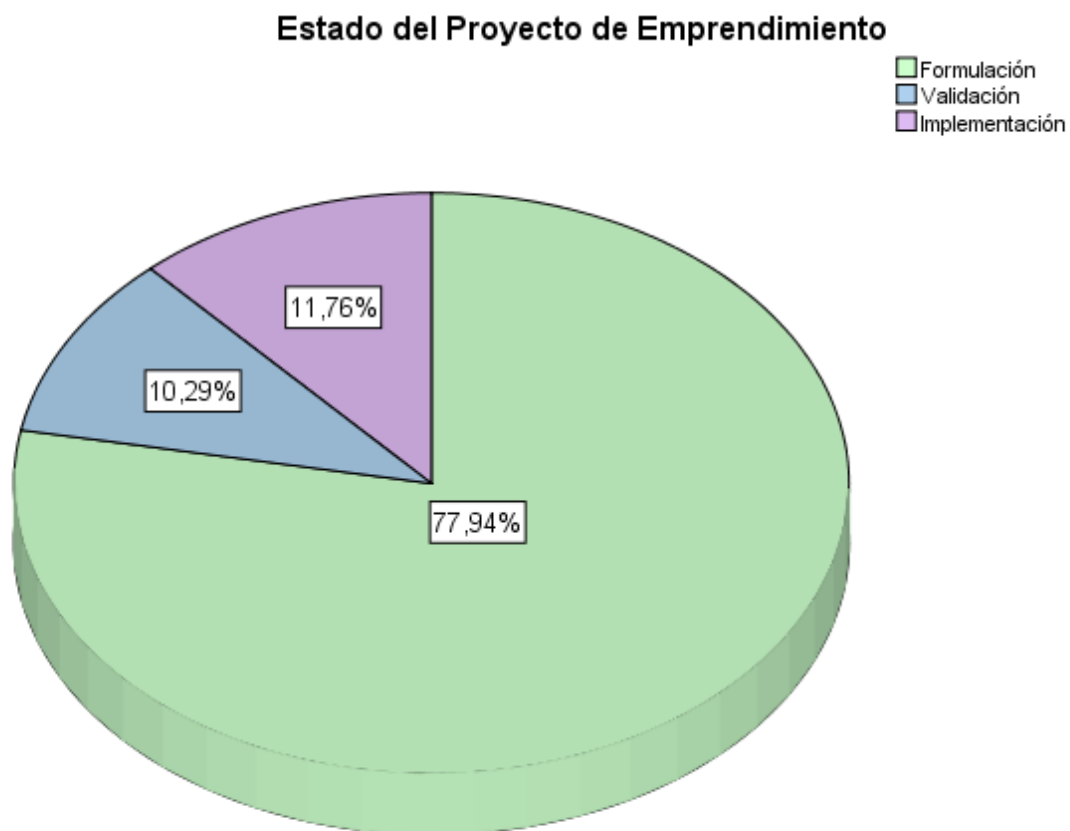
¿Ha formulado algún proyecto de emprendimiento?

N	Válidos	200
	Perdidos	0

¿Ha formulado algún proyecto de emprendimiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	70	35,0	35,0	35,0
	No	130	65,0	65,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Gráfico



Análisis de fiabilidad**Escala: TODAS LAS VARIABLES**

Resumen del procesamiento de los casos			
		N	%
Casos	Válidos	200	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	200	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad		
Alfa de Cronbach		N de elementos
.957		28

Frecuencias**Tabla de frecuencia**

Contribuyo activamente con las organizaciones de mi barrio para gestionar la solución de problemas que nos aquejan					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	54	27,0	27,0	27,0
	Probablemente (NO)	56	28,0	28,0	55,0
	Probablemente (SI)	67	33,5	33,5	88,5
	Definitivamente (SI)	23	11,5	11,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Coopero con los requerimientos que hacen las organizaciones de mi comunidad para gestionar cambios en mi barrio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	42	21,0	21,0	21,0
	Probablemente (NO)	37	18,5	18,5	39,5
	Probablemente (SI)	91	45,5	45,5	85,0
	Definitivamente (SI)	30	15,0	15,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Cuando se requiere del apoyo de alguna organización en la comunidad, hago lo posible para que sea realidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	37	18,5	18,5	18,5
	Probablemente (NO)	37	18,5	18,5	37,0
	Probablemente (SI)	91	45,5	45,5	82,5
	Definitivamente (SI)	35	17,5	17,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Las organizaciones presentes en mi comunidad han respondido efectivamente en la solución de los problemas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	35	17,5	17,5	17,5
	Probablemente (NO)	48	24,0	24,0	41,5
	Probablemente (SI)	90	45,0	45,0	86,5
	Definitivamente (SI)	27	13,5	13,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

La cooperación con las organizaciones de mi barrio contribuye a la solución de los problemas en nuestra comunidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	23	11,5	11,5	11,5
	Probablemente (NO)	37	18,5	18,5	30,0
	Probablemente (SI)	107	53,5	53,5	83,5
	Definitivamente (SI)	33	16,5	16,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

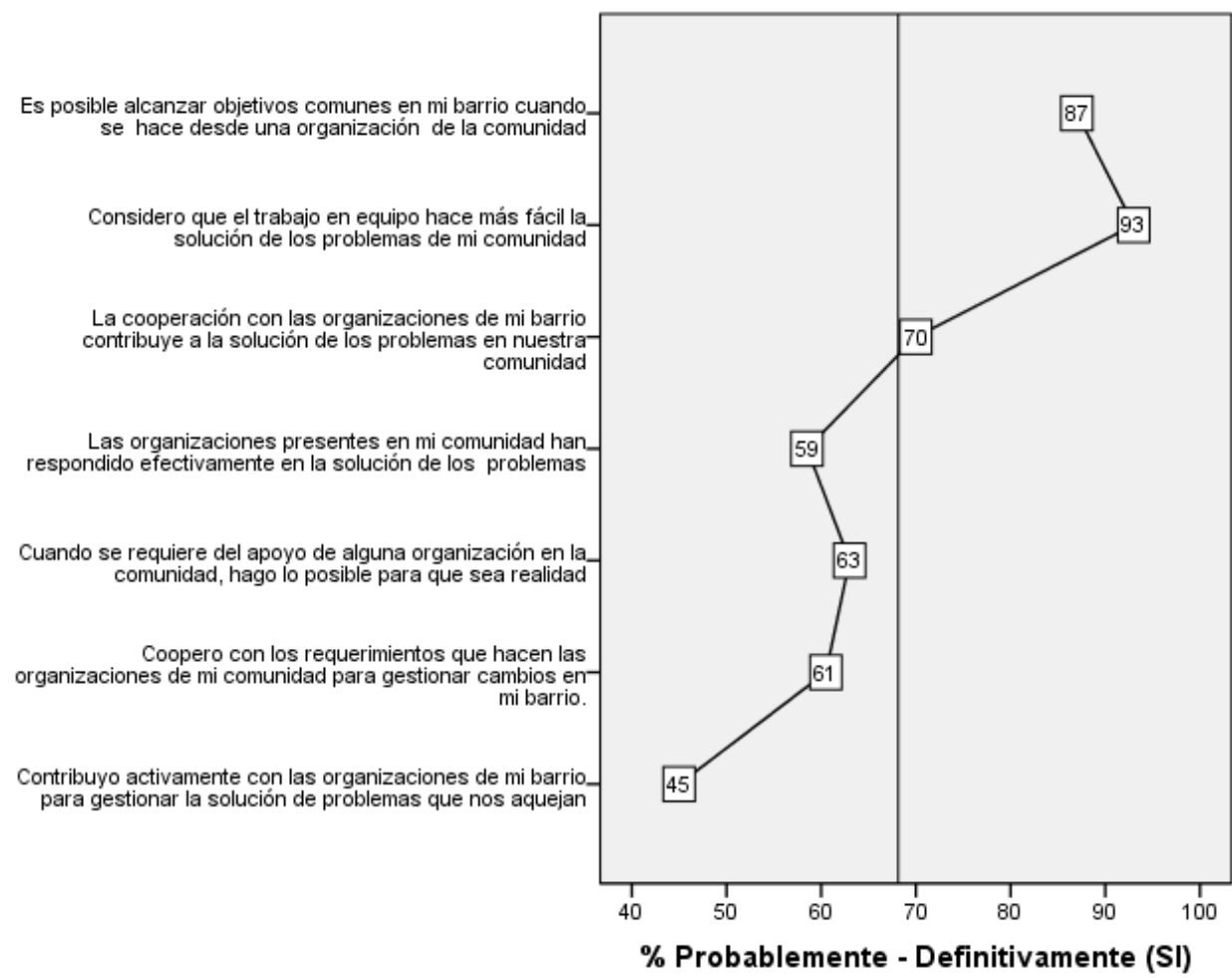
Considero que el trabajo en equipo hace más fácil la solución de los problemas de mi comunidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	4	2,0	2,0	2,0
	Probablemente (NO)	10	5,0	5,0	7,0
	Probablemente (SI)	53	26,5	26,5	33,5
	Definitivamente (SI)	133	66,5	66,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Es posible alcanzar objetivos comunes en mi barrio cuando se hace desde una organización de la comunidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	6	3,0	3,0	3,0
	Probablemente (NO)	20	10,0	10,0	13,0
	Probablemente (SI)	75	37,5	37,5	50,5
	Definitivamente (SI)	99	49,5	49,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Gráfico



Frecuencias

Estadísticos						
	Cuando participo en proyectos de comunitarios, considero que a mí también me beneficiaran.	Las organizaciones de mi comunidad atienden a sus miembros cuando ha sido necesario	Si apoyamos a las organizaciones comunitarias podremos contar con su respaldo cuando sea necesario	Considero que es importante que la comunidad se organice para alcanzar los propósitos y beneficios esperados	Participo en las organizaciones de mi barrio para resolver los problemas que nos aquejan, buscando el bien de todos.	
N	Válidos	200	200	200	200	200
	Perdidos	0	0	0	0	0

Estadísticos			
		Hay correspondencia entre los aportes que realizo a las organizaciones de mi comunidad y lo que puedo recibir de ellas	Considero que hay un intercambio de favores entre las organizaciones donde participo y lo que puedo esperar de ellas
N	Válidos	200	200
	Perdidos	0	0

Tabla de frecuencia

Cuando participo en proyectos de comunitarios, considero que a mí también me beneficiaran.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	9	4,5	4,5	4,5
	Probablemente (NO)	24	12,0	12,0	16,5
	Probablemente (SI)	82	41,0	41,0	57,5
	Definitivamente (SI)	85	42,5	42,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Las organizaciones de mi comunidad atienden a sus miembros cuando ha sido necesario					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	20	10,0	10,0	10,0
	Probablemente (NO)	45	22,5	22,5	32,5
	Probablemente (SI)	105	52,5	52,5	85,0
	Definitivamente (SI)	30	15,0	15,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Si apoyamos a las organizaciones comunitarias podremos contar con su respaldo cuando sea necesario					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	9	4,5	4,5	4,5
	Probablemente (NO)	26	13,0	13,0	17,5
	Probablemente (SI)	104	52,0	52,0	69,5
	Definitivamente (SI)	61	30,5	30,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Considero que es importante que la comunidad se organice para alcanzar los propósitos y beneficios esperados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	5	2,5	2,5	2,5
	Probablemente (NO)	12	6,0	6,0	8,5
	Probablemente (SI)	77	38,5	38,5	47,0
	Definitivamente (SI)	106	53,0	53,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Participo en las organizaciones de mi barrio para resolver los problemas que nos aquejan, buscando el bien de todos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	41	20,5	20,5	20,5
	Probablemente (NO)	50	25,0	25,0	45,5
	Probablemente (SI)	74	37,0	37,0	82,5
	Definitivamente (SI)	35	17,5	17,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

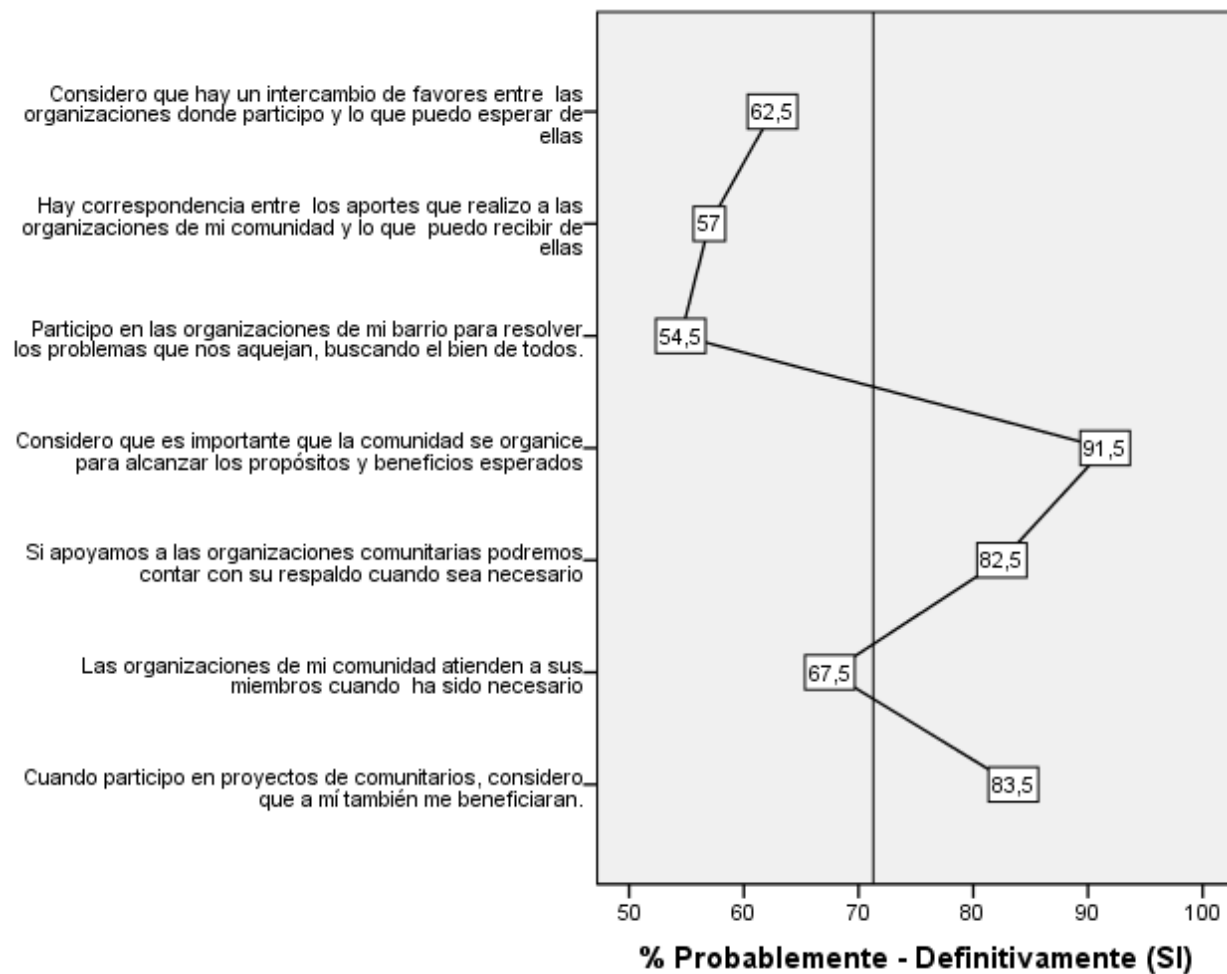
Hay correspondencia entre los aportes que realizo a las organizaciones de mi comunidad y lo que puedo recibir de ellas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	31	15,5	15,5	15,5
	Probablemente (NO)	55	27,5	27,5	43,0
	Probablemente (SI)	89	44,5	44,5	87,5
	Definitivamente (SI)	25	12,5	12,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Considero que hay un intercambio de favores entre las organizaciones donde participo y lo que puedo esperar de ellas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	26	13,0	13,0	13,0
	Probablemente (NO)	49	24,5	24,5	37,5
	Probablemente (SI)	101	50,5	50,5	88,0
	Definitivamente (SI)	24	12,0	12,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Gráfico



Frecuencias

Estadísticos						
		Las organizaciones de mi comunidad me hacen sentir seguro	Me siento comprometido con las instituciones de mi comunidad, ya que con ellas puedo alcanzar objetivos comunes	Considero que las organizaciones de mi barrio son capaces de cumplir con los propósitos para los cuales se crearon	Las comunicaciones que tenemos con las organizaciones en mi barrio son confiables	Puedo contar con las organizaciones de mi barrio para dar solución a mis problemas como miembro de la comunidad
N	Válidos	200	200	200	200	200
	Perdidos	0	0	0	0	0

Estadísticos			
		Puedo descansar y tranquilizarme cuando busco apoyo en las organizaciones de mi comunidad	Tengo confianza en las organizaciones de mi comunidad
N	Válidos	200	200
	Perdidos	0	0

Tabla de frecuencia

Las organizaciones de mi comunidad me hacen sentir seguro					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	21	10,5	10,5	10,5
	Probablemente (NO)	55	27,5	27,5	38,0
	Probablemente (SI)	95	47,5	47,5	85,5
	Definitivamente (SI)	29	14,5	14,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Me siento comprometido con las instituciones de mi comunidad, ya que con ellas puedo alcanzar objetivos comunes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	22	11,0	11,0	11,0
	Probablemente (NO)	63	31,5	31,5	42,5
	Probablemente (SI)	84	42,0	42,0	84,5
	Definitivamente (SI)	31	15,5	15,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Considero que las organizaciones de mi barrio son capaces de cumplir con los propósitos para los cuales se crearon

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	18	9,0	9,0	9,0
	Probablemente (NO)	44	22,0	22,0	31,0
	Probablemente (SI)	106	53,0	53,0	84,0
	Definitivamente (SI)	32	16,0	16,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Las comunicaciones que tenemos con las organizaciones en mi barrio son confiables

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	25	12,5	12,5	12,5
	Probablemente (NO)	52	26,0	26,0	38,5
	Probablemente (SI)	98	49,0	49,0	87,5
	Definitivamente (SI)	25	12,5	12,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Puedo contar con las organizaciones de mi barrio para dar solución a mis problemas como miembro de la comunidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	24	12,0	12,0	12,0
	Probablemente (NO)	40	20,0	20,0	32,0
	Probablemente (SI)	104	52,0	52,0	84,0
	Definitivamente (SI)	32	16,0	16,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

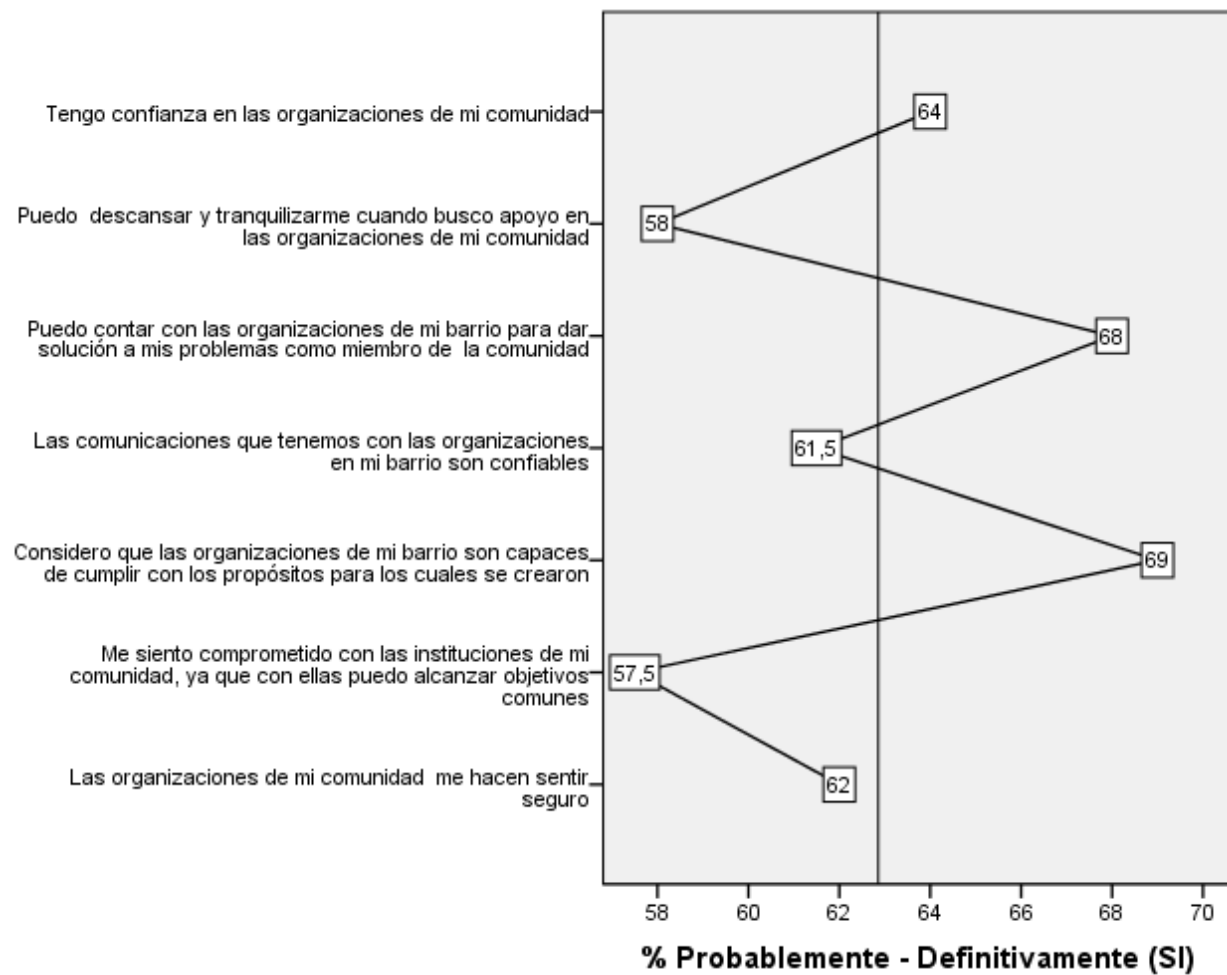
Puedo descansar y tranquilizarme cuando busco apoyo en las organizaciones de mi comunidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	23	11,5	11,5	11,5
	Probablemente (NO)	61	30,5	30,5	42,0
	Probablemente (SI)	93	46,5	46,5	88,5
	Definitivamente (SI)	23	11,5	11,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Tengo confianza en las organizaciones de mi comunidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	27	13,5	13,5	13,5
	Probablemente (NO)	45	22,5	22,5	36,0
	Probablemente (SI)	92	46,0	46,0	82,0
	Definitivamente (SI)	36	18,0	18,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Gráfico



Frecuencias

Estadísticos						
		Participo en los procesos donde se deben tomar decisiones para el desarrollo de mi comunidad	Me gusta liderar actividades y gestionar tramites que beneficien a mi barrio	Hago propuestas y doy ideas que puedan ayudar a solucionar los problemas de mi comunidad.	Asumo responsabilidad s cuando trabajamos de manera conjunta en el barrio para lograr un objetivo común	Me gusta elegir o ser elegido para asumir funciones en la organización de mi comunidad
N	Válidos	200	200	200	200	200
	Perdidos	0	0	0	0	0

Estadísticos			
		Trabajo con los miembros de mi comunidad para mejorar la calidad de vida de las personas de mi barrio.	Trabajar activamente con la comunidad puede generar cambios en las condiciones y problemas propios de mi barrio.
N	Válidos	200	200
	Perdidos	0	0

Tabla de frecuencia

Participo en los procesos donde se deben tomar decisiones para el desarrollo de mi comunidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	43	21,5	21,5	21,5
	Probablemente (NO)	62	31,0	31,0	52,5
	Probablemente (SI)	63	31,5	31,5	84,0
	Definitivamente (SI)	32	16,0	16,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Me gusta liderar actividades y gestionar tramites que beneficien a mi barrio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	29	14,5	14,5	14,5
	Probablemente (NO)	69	34,5	34,5	49,0
	Probablemente (SI)	73	36,5	36,5	85,5
	Definitivamente (SI)	29	14,5	14,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Hago propuestas y doy ideas que puedan ayudar a solucionar los problemas de mi comunidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	37	18,5	18,5	18,5
	Probablemente (NO)	65	32,5	32,5	51,0
	Probablemente (SI)	69	34,5	34,5	85,5
	Definitivamente (SI)	29	14,5	14,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Asumo responsabilidades cuando trabajamos de manera conjunta en el barrio para lograr un objetivo común

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	34	17,0	17,0	17,0
	Probablemente (NO)	48	24,0	24,0	41,0
	Probablemente (SI)	76	38,0	38,0	79,0
	Definitivamente (SI)	42	21,0	21,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Me gusta elegir o ser elegido para asumir funciones en la organización de mi comunidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	40	20,0	20,0	20,0
	Probablemente (NO)	53	26,5	26,5	46,5
	Probablemente (SI)	72	36,0	36,0	82,5
	Definitivamente (SI)	35	17,5	17,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

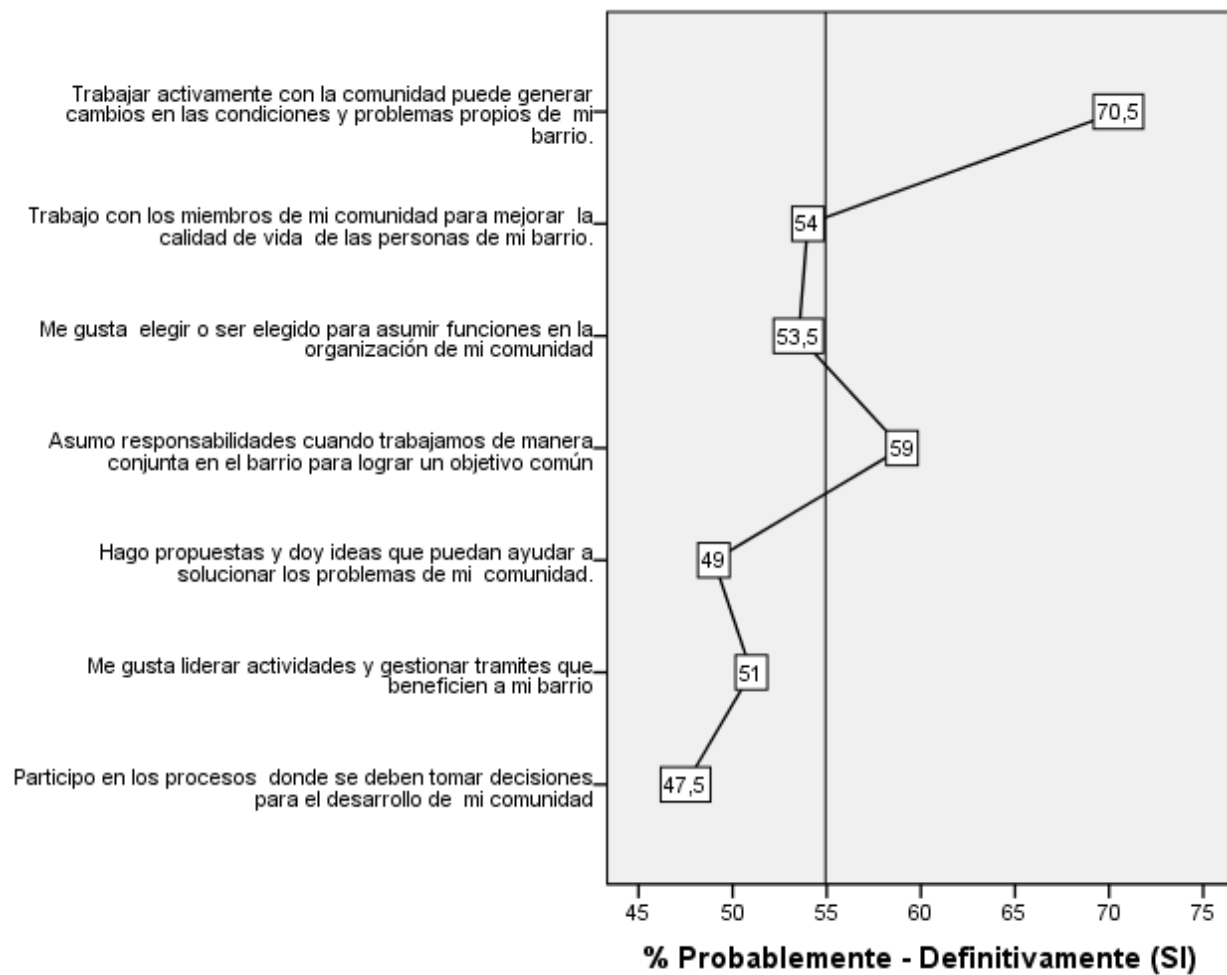
Trabajo con los miembros de mi comunidad para mejorar la calidad de vida de las personas de mi barrio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	40	20,0	20,0	20,0
	Probablemente (NO)	52	26,0	26,0	46,0
	Probablemente (SI)	75	37,5	37,5	83,5
	Definitivamente (SI)	33	16,5	16,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Trabajar activamente con la comunidad puede generar cambios en las condiciones y problemas propios de mi barrio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente (NO)	28	14,0	14,0	14,0
	Probablemente (NO)	31	15,5	15,5	29,5
	Probablemente (SI)	78	39,0	39,0	68,5
	Definitivamente (SI)	63	31,5	31,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Gráfico



Prueba T

Estadísticos de grupo			
	Universidad	N	Media
Capital Social: Cooperación Org.	Universidad del Atlántico	100	2,7943
	Universidad de la Costa	100	2,8243
	CUC		
Capital Social: Reciprocidad Org.	Universidad del Atlántico	100	2,8671
	Universidad de la Costa	100	2,8800
	CUC		
Capital Social: Confianza Org.	Universidad del Atlántico	100	2,6271
	Universidad de la Costa	100	2,6986
	CUC		
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Universidad del Atlántico	100	2,4614
	Universidad de la Costa	100	2,6543
	CUC		
Capital Social de las Organizaciones	Universidad del Atlántico	100	2,6875
	Universidad de la Costa	100	2,7643
	CUC		

Estadísticos de grupo			
	Universidad	Desviación típ.	Error típ. de la media
Capital Social: Cooperación Org.	Universidad del Atlántico	,64188	,06419
	Universidad de la Costa	,61549	,06155
	CUC		
Capital Social: Reciprocidad Org.	Universidad del Atlántico	,59103	,05910
	Universidad de la Costa	,57024	,05702
	CUC		
Capital Social: Confianza Org.	Universidad del Atlántico	,72868	,07287
	Universidad de la Costa	,72953	,07295
	CUC		
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Universidad del Atlántico	,79782	,07978
	Universidad de la Costa	,84434	,08443
	CUC		
Capital Social de las Organizaciones	Universidad del Atlántico	,60833	,06083
	Universidad de la Costa	,61813	,06181
	CUC		

Prueba de muestras independientes

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	
		F	Sig.
Capital Social: Cooperación Org.	Se han asumido varianzas iguales	,018	,894
	No se han asumido varianzas iguales		
Capital Social: Reciprocidad Org.	Se han asumido varianzas iguales	,091	,763
	No se han asumido varianzas iguales		
Capital Social: Confianza Org.	Se han asumido varianzas iguales	,054	,817
	No se han asumido varianzas iguales		
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Se han asumido varianzas iguales	,172	,679
	No se han asumido varianzas iguales		
Capital Social de las Organizaciones	Se han asumido varianzas iguales	,071	,790
	No se han asumido varianzas iguales		

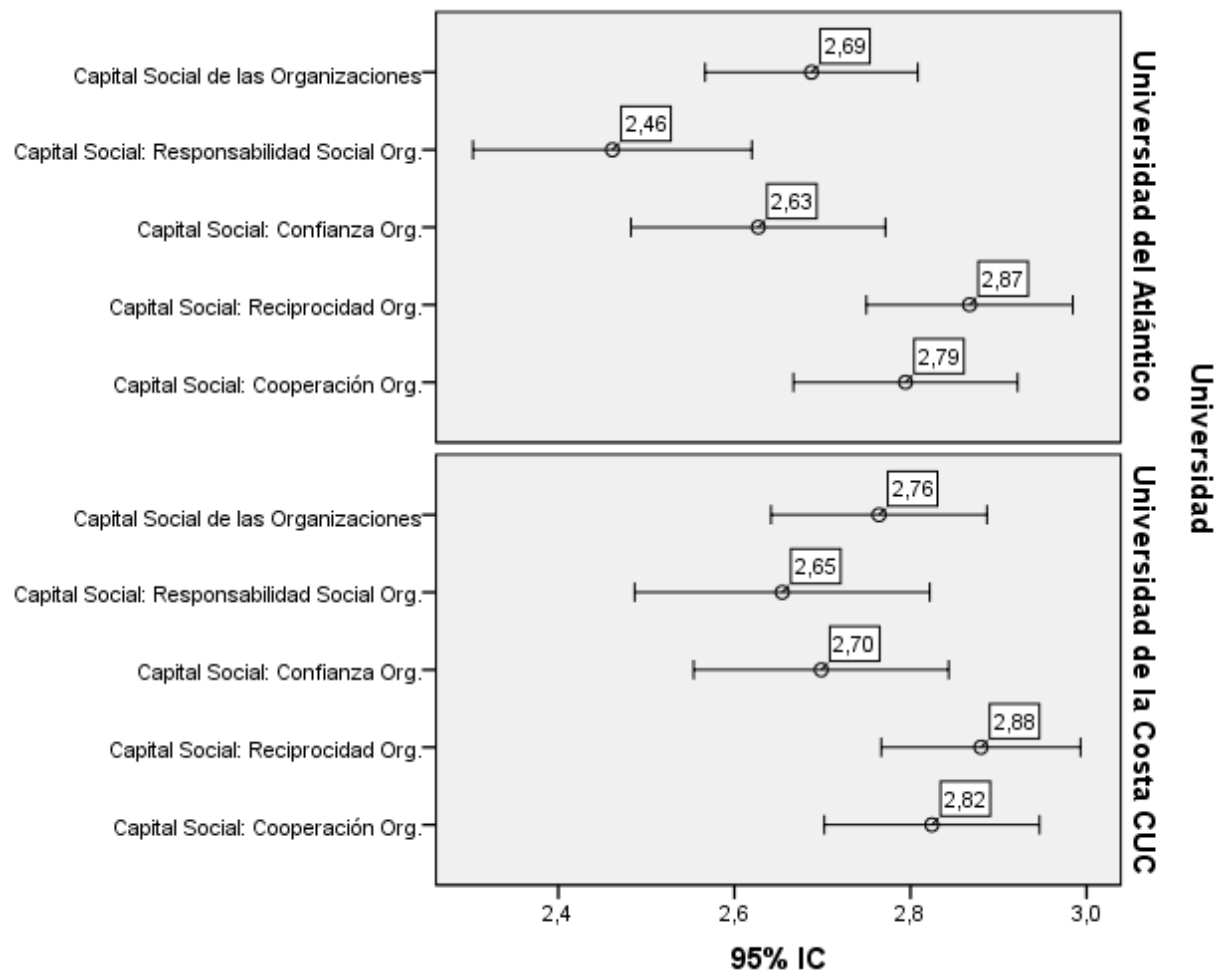
Prueba de muestras independientes

		Prueba T para la igualdad de medias		
		t	gl	Sig. (bilateral)
Capital Social: Cooperación Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,337	198	,736
	No se han asumido varianzas iguales	-,337	197,652	,736
Capital Social: Reciprocidad Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,157	198	,876
	No se han asumido varianzas iguales	-,157	197,747	,876
Capital Social: Confianza Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,693	198	,489
	No se han asumido varianzas iguales	-,693	198,000	,489
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Se han asumido varianzas iguales	-1,660	198	,098
	No se han asumido varianzas iguales	-1,660	197,367	,098
Capital Social de las Organizaciones	Se han asumido varianzas iguales	-,885	198	,377
	No se han asumido varianzas iguales	-,885	197,949	,377

Prueba de muestras independientes		Prueba T para la igualdad de medias	
		Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia
Capital Social: Cooperación Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,03000	,08893
	No se han asumido varianzas iguales	-,03000	,08893
Capital Social: Reciprocidad Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,01286	,08213
	No se han asumido varianzas iguales	-,01286	,08213
Capital Social: Confianza Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,07143	,10311
	No se han asumido varianzas iguales	-,07143	,10311
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,19286	,11616
	No se han asumido varianzas iguales	-,19286	,11616
Capital Social de las Organizaciones	Se han asumido varianzas iguales	-,07679	,08673
	No se han asumido varianzas iguales	-,07679	,08673

Prueba de muestras independientes		Prueba T para la igualdad de medias	
		95% Intervalo de confianza para la diferencia	
		Inferior	Superior
Capital Social: Cooperación Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,20537	,14537
	No se han asumido varianzas iguales	-,20537	,14537
Capital Social: Reciprocidad Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,17481	,14910
	No se han asumido varianzas iguales	-,17481	,14910
Capital Social: Confianza Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,27477	,13191
	No se han asumido varianzas iguales	-,27477	,13191
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,42194	,03622
	No se han asumido varianzas iguales	-,42194	,03623
Capital Social de las Organizaciones	Se han asumido varianzas iguales	-,24781	,09424
	No se han asumido varianzas iguales	-,24781	,09424

Gráfico



Prueba T

Estadísticos de grupo

		¿Ha formulado algún proyecto de emprendimiento?	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Capital Social: Cooperación Org.	dimension1	Si	70	2,8347	,62655	,07489
		No	130	2,7956	,62988	,05524
Capital Social: Reciprocidad Org.	dimension1	Si	70	2,9041	,57128	,06828
		No	130	2,8571	,58511	,05132
Capital Social: Confianza Org.	dimension1	Si	70	2,6796	,75336	,09004
		No	130	2,6538	,71702	,06289
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	dimension1	Si	70	2,6327	,82642	,09878
		No	130	2,5176	,82465	,07233
Capital Social de las Organizaciones	dimension1	Si	70	2,7628	,60441	,07224
		No	130	2,7060	,61885	,05428

Prueba de muestras independientes

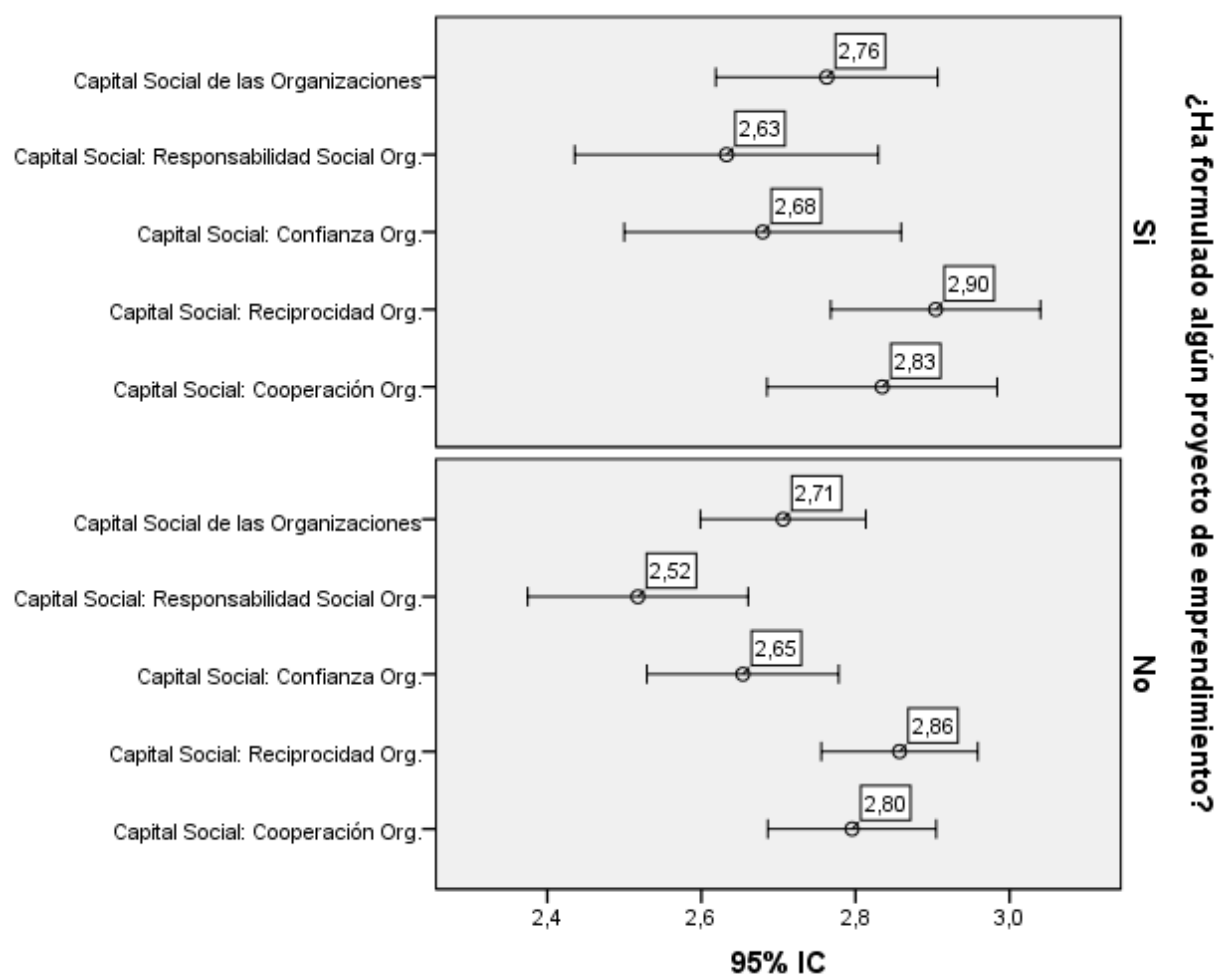
		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	
		F	Sig.
Capital Social: Cooperación Org.	Se han asumido varianzas iguales	,039	,844
	No se han asumido varianzas iguales		
Capital Social: Reciprocidad Org.	Se han asumido varianzas iguales	,006	,941
	No se han asumido varianzas iguales		
Capital Social: Confianza Org.	Se han asumido varianzas iguales	,030	,862
	No se han asumido varianzas iguales		
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Se han asumido varianzas iguales	,000	,992
	No se han asumido varianzas iguales		
Capital Social de las Organizaciones	Se han asumido varianzas iguales	,223	,637
	No se han asumido varianzas iguales		

Prueba de muestras independientes		Prueba T para la igualdad de medias		
		t	gl	Sig. (bilateral)
Capital Social: Cooperación Org.	Se han asumido varianzas iguales	,419	198	,675
	No se han asumido varianzas iguales	,420	142,035	,675
Capital Social: Reciprocidad Org.	Se han asumido varianzas iguales	,546	198	,586
	No se han asumido varianzas iguales	,550	144,331	,583
Capital Social: Confianza Org.	Se han asumido varianzas iguales	,238	198	,812
	No se han asumido varianzas iguales	,234	135,487	,815
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Se han asumido varianzas iguales	,941	198	,348
	No se han asumido varianzas iguales	,940	141,124	,349
Capital Social de las Organizaciones	Se han asumido varianzas iguales	,623	198	,534
	No se han asumido varianzas iguales	,628	144,294	,531

Prueba de muestras independientes		Prueba T para la igualdad de medias	
		Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia
Capital Social: Cooperación Org.	Se han asumido varianzas iguales	,03909	,09321
	No se han asumido varianzas iguales	,03909	,09306
Capital Social: Reciprocidad Org.	Se han asumido varianzas iguales	,04694	,08603
	No se han asumido varianzas iguales	,04694	,08542
Capital Social: Confianza Org.	Se han asumido varianzas iguales	,02575	,10821
	No se han asumido varianzas iguales	,02575	,10983
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Se han asumido varianzas iguales	,11507	,12235
	No se han asumido varianzas iguales	,11507	,12242
Capital Social de las Organizaciones	Se han asumido varianzas iguales	,05671	,09100
	No se han asumido varianzas iguales	,05671	,09036

Prueba de muestras independientes			
		Prueba T para la igualdad de medias	
		95% Intervalo de confianza para la diferencia	
		Inferior	Superior
Capital Social: Cooperación Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,14472	,22290
	No se han asumido varianzas iguales	-,14487	,22305
Capital Social: Reciprocidad Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,12272	,21660
	No se han asumido varianzas iguales	-,12189	,21577
Capital Social: Confianza Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,18764	,23913
	No se han asumido varianzas iguales	-,19146	,24295
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,12620	,35634
	No se han asumido varianzas iguales	-,12695	,35709
Capital Social de las Organizaciones	Se han asumido varianzas iguales	-,12275	,23617
	No se han asumido varianzas iguales	-,12189	,23531

Gráfico



Prueba T

Estadísticos de grupo

Trabaja Actualmente			Error típ. de la media			
		N	Media	Desviación típ.		
Capital Social: Cooperación Org.	Si	143	2,8112	,61166	,05115	
	No	57	2,8045	,67095	,08887	
Capital Social: Reciprocidad Org.	Si	143	2,8831	,59160	,04947	
	No	57	2,8496	,55158	,07306	
Capital Social: Confianza Org.	Si	143	2,7103	,68132	,05697	
	No	57	2,5439	,82880	,10978	
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Si	143	2,5784	,84419	,07059	
	No	57	2,5063	,77969	,10327	
Capital Social de las Organizaciones	Si	143	2,7458	,60699	,05076	
	No	57	2,6761	,63022	,08347	

Prueba de muestras independientes

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	
		F	Sig.
Capital Social: Cooperación Org.	Se han asumido varianzas iguales	1,059	,305
	No se han asumido varianzas iguales		
Capital Social: Reciprocidad Org.	Se han asumido varianzas iguales	,409	,523
	No se han asumido varianzas iguales		
Capital Social: Confianza Org.	Se han asumido varianzas iguales	6,220	,013
	No se han asumido varianzas iguales		
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Se han asumido varianzas iguales	1,419	,235
	No se han asumido varianzas iguales		
Capital Social de las Organizaciones	Se han asumido varianzas iguales	,435	,511
	No se han asumido varianzas iguales		

Prueba de muestras independientes

		Prueba T para la igualdad de medias		
		t	gl	Sig. (bilateral)
Capital Social: Cooperación Org.	Se han asumido varianzas iguales	,068	198	,946
	No se han asumido varianzas iguales	,065	95,131	,948
Capital Social: Reciprocidad Org.	Se han asumido varianzas iguales	,368	198	,713
	No se han asumido varianzas iguales	,380	110,010	,705
Capital Social: Confianza Org.	Se han asumido varianzas iguales	1,463	198	,145
	No se han asumido varianzas iguales	1,346	87,722	,182
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Se han asumido varianzas iguales	,557	198	,578
	No se han asumido varianzas iguales	,577	111,004	,565
Capital Social de las Organizaciones	Se han asumido varianzas iguales	,725	198	,469
	No se han asumido varianzas iguales	,713	99,693	,477

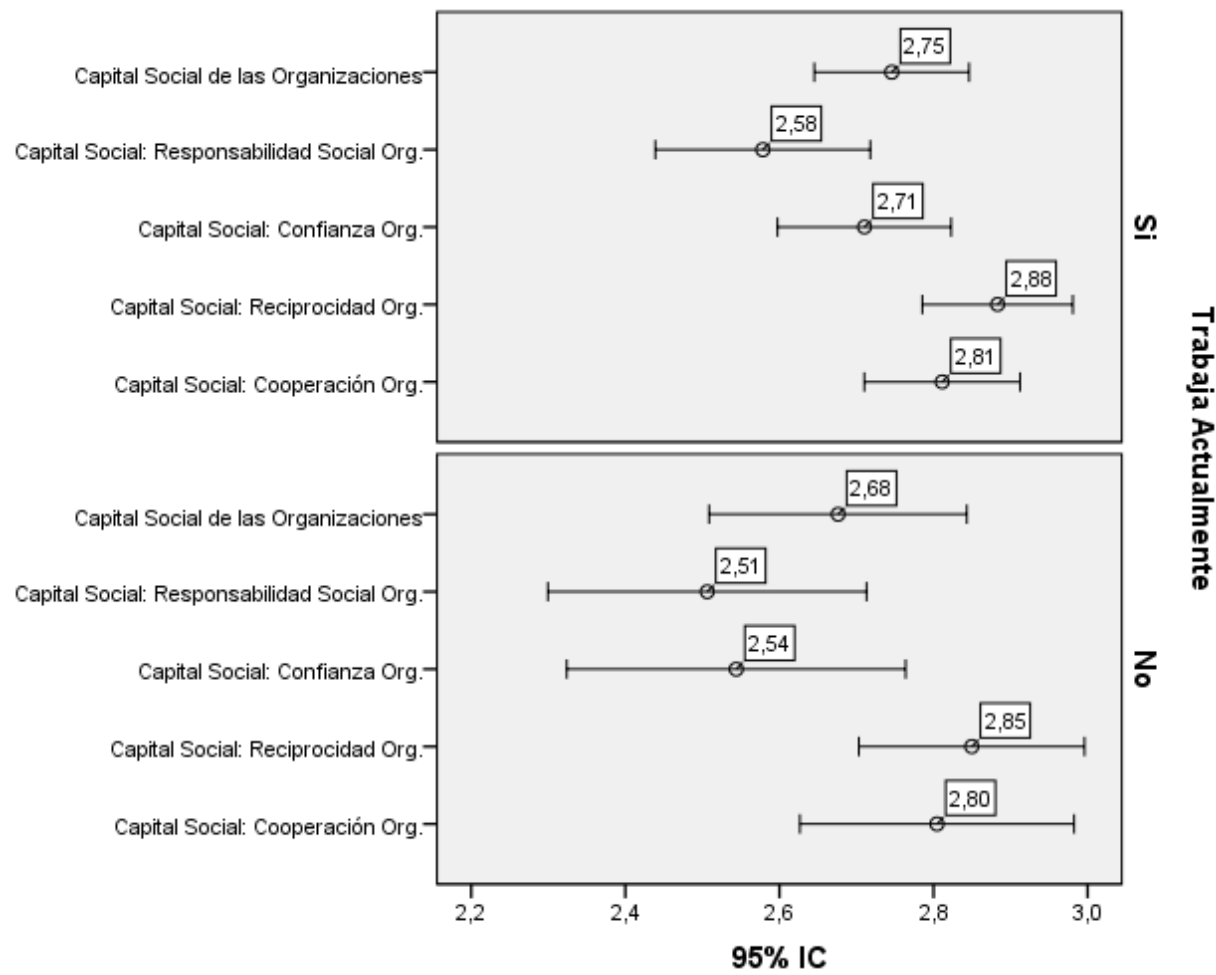
Prueba de muestras independientes

		Prueba T para la igualdad de medias	
		Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia
Capital Social: Cooperación Org.	Se han asumido varianzas iguales	,00668	,09853
	No se han asumido varianzas iguales	,00668	,10254
Capital Social: Reciprocidad Org.	Se han asumido varianzas iguales	,03349	,09094
	No se han asumido varianzas iguales	,03349	,08823
Capital Social: Confianza Org.	Se han asumido varianzas iguales	,16643	,11373
	No se han asumido varianzas iguales	,16643	,12368
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Se han asumido varianzas iguales	,07216	,12946
	No se han asumido varianzas iguales	,07216	,12510
Capital Social de las Organizaciones	Se han asumido varianzas iguales	,06969	,09612
	No se han asumido varianzas iguales	,06969	,09770

Prueba de muestras independientes

		Prueba T para la igualdad de medias	
		95% Intervalo de confianza para la diferencia	
		Inferior	Superior
Capital Social: Cooperación Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,18762	,20098
	No se han asumido varianzas iguales	-,19688	,21024
Capital Social: Reciprocidad Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,14584	,21283
	No se han asumido varianzas iguales	-,14136	,20835
Capital Social: Confianza Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,05786	,39072
	No se han asumido varianzas iguales	-,07937	,41223
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Se han asumido varianzas iguales	-,18314	,32745
	No se han asumido varianzas iguales	-,17573	,32004
Capital Social de las Organizaciones	Se han asumido varianzas iguales	-,11987	,25925
	No se han asumido varianzas iguales	-,12414	,26352

Gráfico



Análisis de fiabilidad**Escala: TODAS LAS VARIABLES**

Resumen del procesamiento de los casos			
		N	%
Casos	Válidos	200	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	200	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad		
	Alfa de Cronbach	N de elementos
	.863	30

Estadísticos de los elementos			
	Media	Desviación típica	N
Me gusta que las cosas sean estables y predecibles.	4,50	1,653	200
Siempre he trabajado duro para estar entre los primeros.	4,99	1,228	200
Me gusta trabajar dónde no hay mucha incertidumbre ni cambios constantes	3,96	1,692	200
Dedico todo el tiempo necesario para hacer que las cosas con las que estoy comprometido funcionen mejor.	5,14	1,264	200
Normalmente realizo muy bien mi parte de trabajo en cualquier proyecto en el que estoy implicado.	5,19	1,188	200
Creo que la gente con éxito se manejará mejor que yo en reuniones de negocios.	3,48	1,742	200
Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo.	5,45	1,181	200
Me siento cohibido cuando estoy con personas de mucho éxito en los negocios.	3,08	1,788	200
Realizo cada trabajo tan exhaustivamente como sea posible para lograr las metas	5,04	1,239	200
Prefiero un trabajo fijo con vacaciones más que una nueva oportunidad / reto laboral	3,20	1,704	200
No estoy seguro(a) de mis propias ideas y capacidades.	2,29	1,628	200
Estar autoempleado implica mayores riesgos que los que estoy dispuesto a correr.	3,36	1,647	200
Me siento inferior a la mayor parte de las personas con las que trabajo.	2,13	1,714	200
No me molesta la incertidumbre y el riesgo que suele provocar lo desconocido.	4,22	1,602	200
Creo que cualquier organización puede llegar a ser más efectiva empleando a personal competente	5,03	1,244	200
Creo que para tener éxito en un negocio es necesario conocer al cliente para ofrecerle lo mejor	5,08	1,256	200

Creo que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales	4,32	1,243	200
Me gusta la agitación y la emoción que implica tomar riesgos	4,60	1,292	200
Para resolver un problema empresarial es importante abordarlo de forma exhaustiva e innovadora	5,02	1,169	200
A menudo llevo a cabo tareas de una forma original.	4,79	1,146	200
Suelo apostar por buenas ideas, aunque no sean del todo seguras.	4,54	1,247	200
Creo que lo más importante a la hora de seleccionar socios es que sean competentes.	5,05	1,111	200
Me comprometo a fondo con el logro de mis metas laborales	5,31	1,099	200
Me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi trabajo.	5,41	1,085	200
Me siento satisfecho(a) cuando logro desarrollar una idea novedosa de emprendimiento laboral	5,36	1,112	200
Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas y oportunidades de negocios.	5,11	1,083	200
Por lo general evito asumir riesgos.	3,14	1,707	200
Normalmente busco compañeros de trabajo que les guste explorar nuevas formas de hacer las cosas.	4,89	1,166	200
Considero que los problemas no son barreras sino nuevas oportunidades para crecer	5,33	,998	200
Asumo los fracasos de forma constructiva, como oportunidades de aprendizaje y mejoramiento continuo	5,32	1,110	200

Estadísticos total-elemento				
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Me gusta que las cosas sean estables y predecibles.	129,79	310,609	,446	,858
Siempre he trabajado duro para estar entre los primeros.	129,30	319,829	,410	,859
Me gusta trabajar dónde no hay mucha incertidumbre ni cambios constantes	130,33	315,298	,352	,861
Dedico todo el tiempo necesario para hacer que las cosas con las que estoy comprometido funcionen mejor.	129,15	315,495	,495	,857
Normalmente realizo muy bien mi parte de trabajo en cualquier proyecto en el que estoy implicado.	129,10	318,362	,461	,858
Creo que la gente con éxito se manejará mejor que yo en reuniones de negocios.	130,82	315,418	,337	,861
Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo.	128,85	316,845	,502	,857
Me siento cohibido cuando estoy con personas de mucho éxito en los negocios.	131,22	320,039	,252	,864
Realizo cada trabajo tan exhaustivamente como sea posible para lograr las metas	129,25	311,013	,612	,854
Prefiero un trabajo fijo con vacaciones más que una nueva oportunidad / reto laboral	131,09	317,298	,315	,862
No estoy seguro(a) de mis propias ideas y capacidades.	132,00	330,452	,105	,868
Estar autoempleado implica mayores riesgos que los que estoy dispuesto a correr.	130,93	318,628	,306	,862
Me siento inferior a la mayor parte de las personas con las que trabajo.	132,16	332,437	,063	,870
No me molesta la incertidumbre y el riesgo que suele provocar lo desconocido.	130,07	319,197	,307	,862
Creo que cualquier organización puede llegar a ser más efectiva empleando a personal competente	129,26	318,354	,438	,858

Creo que para tener éxito en un negocio es necesario conocer al cliente para ofrecerle lo mejor	129,22	317,446	,454	,858
Creo que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales	129,97	319,537	,410	,859
Me gusta la agitación y la emoción que implica tomar riesgos	129,70	315,077	,492	,857
Para resolver un problema empresarial es importante abordarlo de forma exhaustiva e innovadora	129,27	321,294	,398	,859
A menudo llevo a cabo tareas de una forma original.	129,50	315,477	,554	,856
Suelo apostar por buenas ideas, aunque no sean del todo seguras.	129,75	318,128	,441	,858
Creo que lo más importante a la hora de seleccionar socios es que sean competentes.	129,24	319,048	,480	,857
Me comprometo a fondo con el logro de mis metas laborales	128,99	317,583	,524	,857
Me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi trabajo.	128,89	317,067	,546	,856
Me siento satisfecho(a) cuando logro desarrollar una idea novedosa de emprendimiento laboral	128,93	316,678	,541	,856
Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas y oportunidades de negocios.	129,18	321,184	,437	,858
Por lo general evito asumir riesgos.	131,15	324,219	,198	,866
Normalmente busco compañeros de trabajo que les guste explorar nuevas formas de hacer las cosas.	129,41	315,900	,533	,856
Considero que los problemas no son barreras sino nuevas oportunidades para crecer	128,96	321,596	,467	,858
Asumo los fracasos de forma constructiva, como oportunidades de aprendizaje y mejoramiento continuo	128,98	317,673	,516	,857

Frecuencias

Estadísticos						
		Me gusta que las cosas sean estables y predecibles.	Me gusta trabajar dónde no hay mucha incertidumbre ni cambios constantes	Prefiero un trabajo fijo con vacaciones más que una nueva oportunidad / reto laboral	Estar autoempleado implica mayores riesgos que los que estoy dispuesto a correr.	No me molesta la incertidumbre y el riesgo que suele provocar lo desconocido.
N	Válidos	200	200	200	200	200
	Perdidos	0	0	0	0	0

Estadísticos					
		Me gusta la agitación y la emoción que implica tomar riesgos	A menudo llevo a cabo tareas de una forma original.	Suelo apostar por buenas ideas, aunque no sean del todo seguras.	Por lo general evito asumir riesgos.
N	Válidos	200	200	200	200
	Perdidos	0	0	0	0

Tabla de frecuencia

Me gusta que las cosas sean estables y predecibles.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	19	9,5	9,5	9,5
	Moderado Desacuerdo	15	7,5	7,5	17,0
	Leve Desacuerdo	14	7,0	7,0	24,0
	Leve Acuerdo	25	12,5	12,5	36,5
	Moderado Acuerdo	53	26,5	26,5	63,0
	Total Acuerdo	74	37,0	37,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Me gusta trabajar dónde no hay mucha incertidumbre ni cambios constantes					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	29	14,5	14,5	14,5
	Moderado Desacuerdo	16	8,0	8,0	22,5
	Leve Desacuerdo	23	11,5	11,5	34,0
	Leve Acuerdo	42	21,0	21,0	55,0
	Moderado Acuerdo	46	23,0	23,0	78,0
	Total Acuerdo	44	22,0	22,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Prefiero un trabajo fijo con vacaciones más que una nueva oportunidad / reto laboral					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	50	25,0	25,0	25,0
	Moderado Desacuerdo	23	11,5	11,5	36,5
	Leve Desacuerdo	40	20,0	20,0	56,5
	Leve Acuerdo	35	17,5	17,5	74,0
	Moderado Acuerdo	28	14,0	14,0	88,0
	Total Acuerdo	24	12,0	12,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Estar autoempleado implica mayores riesgos que los que estoy dispuesto a correr.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	36	18,0	18,0	18,0
	Moderado Desacuerdo	31	15,5	15,5	33,5
	Leve Desacuerdo	39	19,5	19,5	53,0
	Leve Acuerdo	40	20,0	20,0	73,0
	Moderado Acuerdo	27	13,5	13,5	86,5
	Total Acuerdo	27	13,5	13,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

No me molesta la incertidumbre y el riesgo que suele provocar lo desconocido.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	22	11,0	11,0	11,0
	Moderado Desacuerdo	12	6,0	6,0	17,0
	Leve Desacuerdo	18	9,0	9,0	26,0
	Leve Acuerdo	47	23,5	23,5	49,5
	Moderado Acuerdo	49	24,5	24,5	74,0
	Total Acuerdo	52	26,0	26,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Me gusta la agitación y la emoción que implica tomar riesgos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	7	3,5	3,5	3,5
	Moderado Desacuerdo	7	3,5	3,5	7,0
	Leve Desacuerdo	20	10,0	10,0	17,0
	Leve Acuerdo	51	25,5	25,5	42,5
	Moderado Acuerdo	56	28,0	28,0	70,5
	Total Acuerdo	59	29,5	29,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

A menudo llevo a cabo tareas de una forma original.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	2	1,0	1,0	1,0
	Moderado Desacuerdo	9	4,5	4,5	5,5
	Leve Desacuerdo	13	6,5	6,5	12,0
	Leve Acuerdo	43	21,5	21,5	33,5
	Moderado Acuerdo	71	35,5	35,5	69,0
	Total Acuerdo	62	31,0	31,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

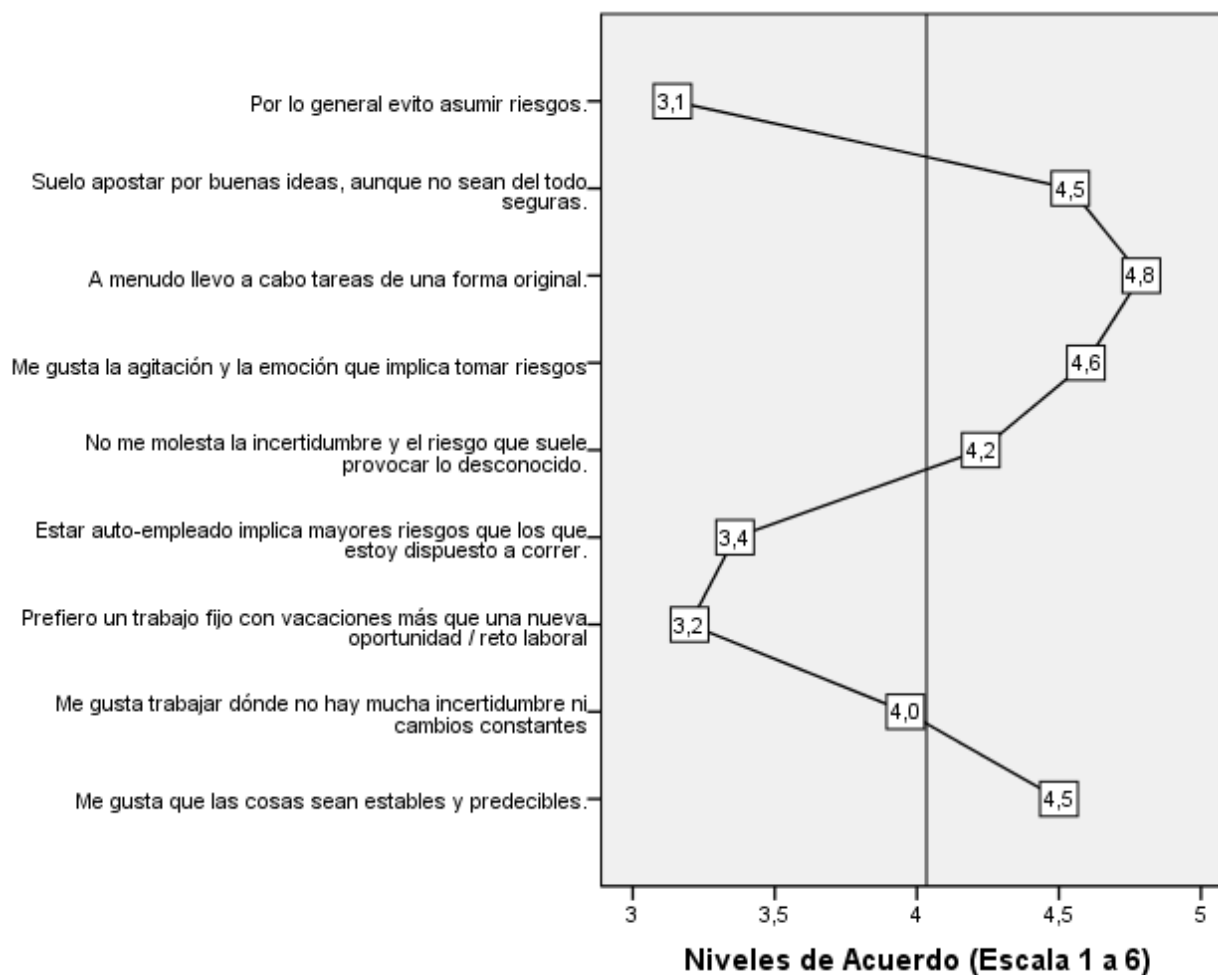
Suelo apostar por buenas ideas, aunque no sean del todo seguras.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	5	2,5	2,5	2,5
	Moderado Desacuerdo	7	3,5	3,5	6,0
	Leve Desacuerdo	25	12,5	12,5	18,5
	Leve Acuerdo	55	27,5	27,5	46,0
	Moderado Acuerdo	54	27,0	27,0	73,0
	Total Acuerdo	54	27,0	27,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Por lo general evito asumir riesgos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	48	24,0	24,0	24,0
	Moderado Desacuerdo	38	19,0	19,0	43,0
	Leve Desacuerdo	28	14,0	14,0	57,0
	Leve Acuerdo	30	15,0	15,0	72,0
	Moderado Acuerdo	36	18,0	18,0	90,0
	Total Acuerdo	20	10,0	10,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Gráfico



Frecuencias

Estadísticos					
		Siempre he trabajado duro para estar entre los primeros.	Dedico todo el tiempo necesario para hacer que las cosas con las que estoy comprometido funcionen mejor.	Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo.	Realizo cada trabajo tan exhaustivamente como sea posible para lograr las metas
N	Válidos	200	200	200	200
	Perdidos	0	0	0	0
		Creo que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales			
N	Válidos	200			
	Perdidos	0			

Estadísticos				
		Para resolver un problema empresarial es importante abordarlo de forma exhaustiva e innovadora	Considero que los problemas no son barreras sino nuevas oportunidades para crecer	Asumo los fracasos de forma constructiva, como oportunidades de aprendizaje y mejoramiento continuo
N	Válidos	200	200	200
	Perdidos	0	0	0

Tabla de frecuencia

Siempre he trabajado duro para estar entre los primeros.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	8	4,0	4,0	4,0
	Moderado Desacuerdo	5	2,5	2,5	6,5
	Leve Desacuerdo	6	3,0	3,0	9,5
	Leve Acuerdo	23	11,5	11,5	21,0
	Moderado Acuerdo	78	39,0	39,0	60,0
	Total Acuerdo	80	40,0	40,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Dedico todo el tiempo necesario para hacer que las cosas con las que estoy comprometido funcionen mejor.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	7	3,5	3,5	3,5
	Moderado Desacuerdo	5	2,5	2,5	6,0
	Leve Desacuerdo	9	4,5	4,5	10,5
	Leve Acuerdo	20	10,0	10,0	20,5
	Moderado Acuerdo	50	25,0	25,0	45,5
	Total Acuerdo	109	54,5	54,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nr.	1	,5	,5	,5
	Total Desacuerdo	5	2,5	2,5	3,0
	Moderado Desacuerdo	4	2,0	2,0	5,0
	Leve Desacuerdo	4	2,0	2,0	7,0
	Leve Acuerdo	13	6,5	6,5	13,5
	Moderado Acuerdo	26	13,0	13,0	26,5
	Total Acuerdo	147	73,5	73,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Realizo cada trabajo tan exhaustivamente como sea posible para lograr las metas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	6	3,0	3,0	3,0
	Moderado Desacuerdo	6	3,0	3,0	6,0
	Leve Desacuerdo	10	5,0	5,0	11,0
	Leve Acuerdo	23	11,5	11,5	22,5
	Moderado Acuerdo	62	31,0	31,0	53,5
	Total Acuerdo	93	46,5	46,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Creo que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	5	2,5	2,5	2,5
	Moderado Desacuerdo	13	6,5	6,5	9,0
	Leve Desacuerdo	25	12,5	12,5	21,5
	Leve Acuerdo	65	32,5	32,5	54,0
	Moderado Acuerdo	54	27,0	27,0	81,0
	Total Acuerdo	38	19,0	19,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Para resolver un problema empresarial es importante abordarlo de forma exhaustiva e innovadora

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	5	2,5	2,5	2,5
	Moderado Desacuerdo	2	1,0	1,0	3,5
	Leve Desacuerdo	12	6,0	6,0	9,5
	Leve Acuerdo	36	18,0	18,0	27,5
	Moderado Acuerdo	55	27,5	27,5	55,0
	Total Acuerdo	90	45,0	45,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

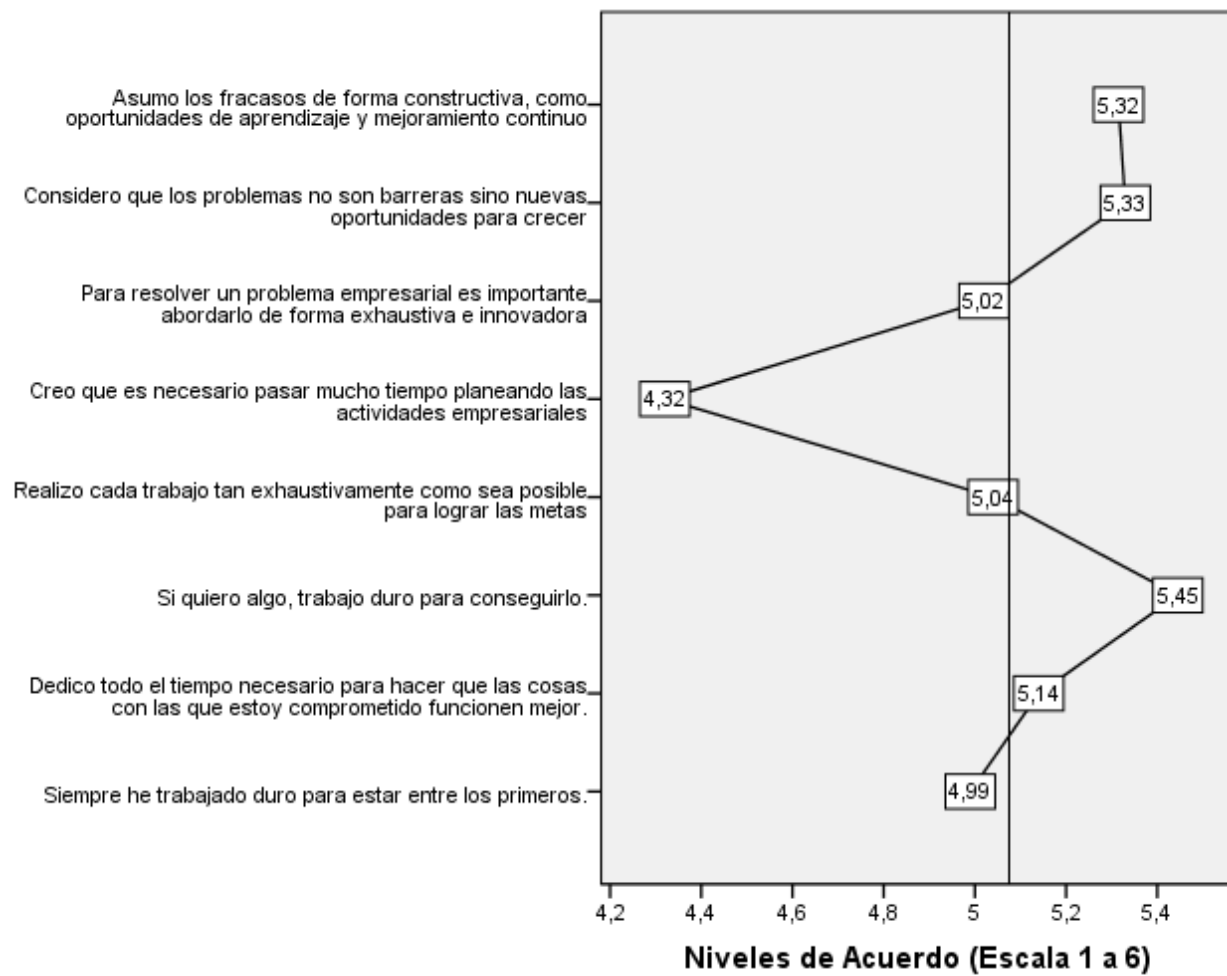
Considero que los problemas no son barreras sino nuevas oportunidades para crecer

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	2	1,0	1,0	1,0
	Moderado Desacuerdo	5	2,5	2,5	3,5
	Leve Desacuerdo	4	2,0	2,0	5,5
	Leve Acuerdo	15	7,5	7,5	13,0
	Moderado Acuerdo	62	31,0	31,0	44,0
	Total Acuerdo	112	56,0	56,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Asumo los fracasos de forma constructiva, como oportunidades de aprendizaje y mejoramiento continuo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	3	1,5	1,5	1,5
	Moderado Desacuerdo	6	3,0	3,0	4,5
	Leve Desacuerdo	4	2,0	2,0	6,5
	Leve Acuerdo	23	11,5	11,5	18,0
	Moderado Acuerdo	40	20,0	20,0	38,0
	Total Acuerdo	124	62,0	62,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Gráfico



Frecuencias

Estadísticos						
		Normalmente realizo muy bien mi parte de trabajo en cualquier proyecto en el que estoy implicado.	Creo que la gente con éxito se manejará mejor que yo en reuniones de negocios.	Me siento cohibido cuando estoy con personas de mucho éxito en los negocios.	No estoy seguro(a) de mis propias ideas y capacidades.	Me siento inferior a la mayor parte de las personas con las que trabajo.
N	Válidos	200	200	200	200	200
	Perdidos	0	0	0	0	0

Estadísticos			
		Creo que cualquier organización puede llegar a ser más efectiva empleando a personal competente	Creo que lo más importante a la hora de seleccionar socios es que sean competentes.
N	Válidos	200	200
	Perdidos	0	0

Tabla de frecuencia

Normalmente realizo muy bien mi parte de trabajo en cualquier proyecto en el que estoy implicado.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	6	3,0	3,0	3,0
	Moderado Desacuerdo	3	1,5	1,5	4,5
	Leve Desacuerdo	9	4,5	4,5	9,0
	Leve Acuerdo	20	10,0	10,0	19,0
	Moderado Acuerdo	53	26,5	26,5	45,5
	Total Acuerdo	109	54,5	54,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Creo que la gente con éxito se manejará mejor que yo en reuniones de negocios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	38	19,0	19,0	19,0
	Moderado Desacuerdo	28	14,0	14,0	33,0
	Leve Desacuerdo	37	18,5	18,5	51,5
	Leve Acuerdo	28	14,0	14,0	65,5
	Moderado Acuerdo	36	18,0	18,0	83,5
	Total Acuerdo	33	16,5	16,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Me siento cohibido cuando estoy con personas de mucho éxito en los negocios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	63	31,5	31,5	31,5
	Moderado Desacuerdo	23	11,5	11,5	43,0
	Leve Desacuerdo	26	13,0	13,0	56,0
	Leve Acuerdo	35	17,5	17,5	73,5
	Moderado Acuerdo	30	15,0	15,0	88,5
	Total Acuerdo	23	11,5	11,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

No estoy seguro(a) de mis propias ideas y capacidades.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	100	50,0	50,0	50,0
	Moderado Desacuerdo	30	15,0	15,0	65,0
	Leve Desacuerdo	25	12,5	12,5	77,5
	Leve Acuerdo	14	7,0	7,0	84,5
	Moderado Acuerdo	19	9,5	9,5	94,0
	Total Acuerdo	12	6,0	6,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Me siento inferior a la mayor parte de las personas con las que trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	123	61,5	61,5	61,5
	Moderado Desacuerdo	21	10,5	10,5	72,0
	Leve Desacuerdo	12	6,0	6,0	78,0
	Leve Acuerdo	11	5,5	5,5	83,5
	Moderado Acuerdo	17	8,5	8,5	92,0
	Total Acuerdo	16	8,0	8,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

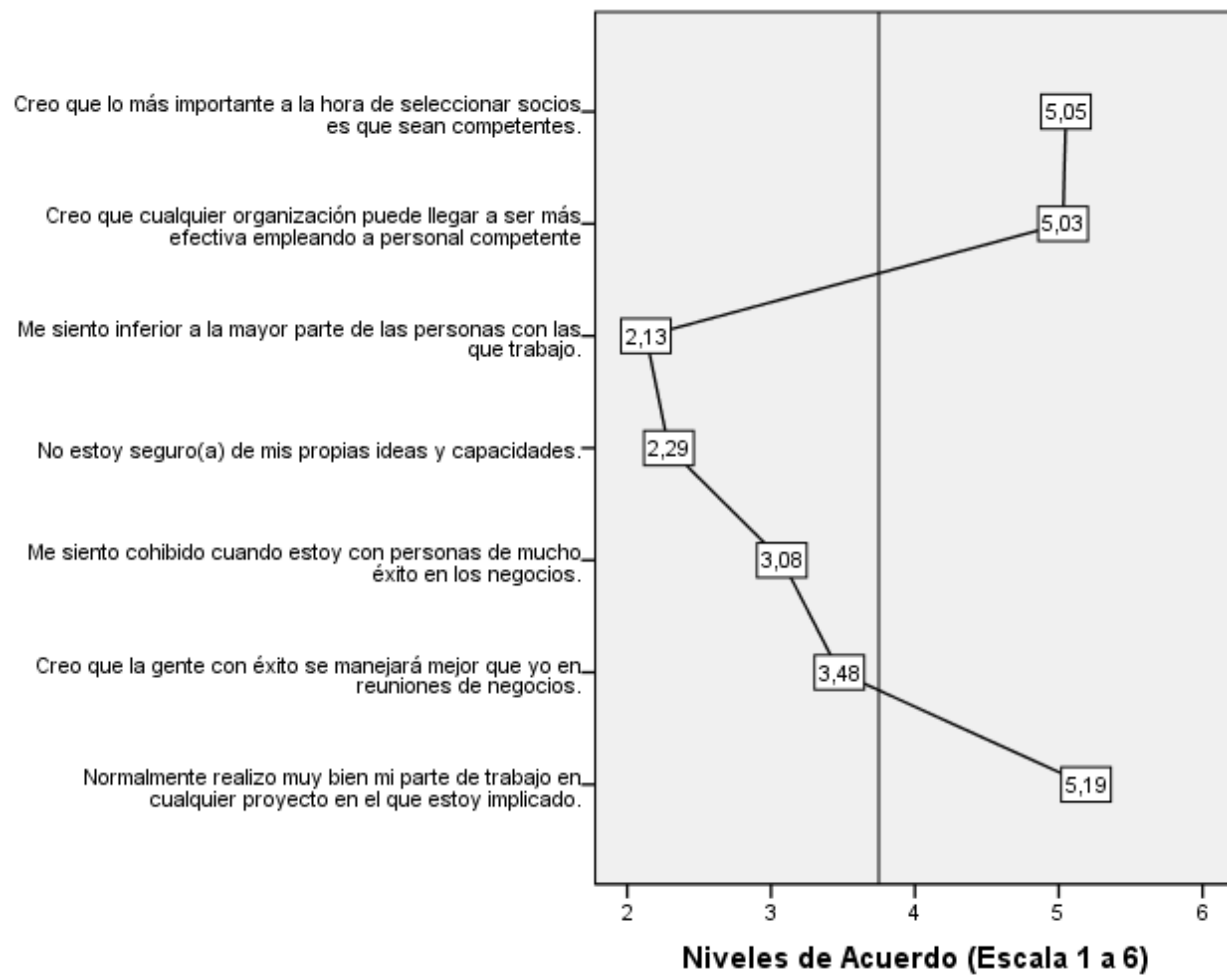
Creo que cualquier organización puede llegar a ser más efectiva empleando a personal competente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	5	2,5	2,5	2,5
	Moderado Desacuerdo	4	2,0	2,0	4,5
	Leve Desacuerdo	16	8,0	8,0	12,5
	Leve Acuerdo	29	14,5	14,5	27,0
	Moderado Acuerdo	47	23,5	23,5	50,5
	Total Acuerdo	99	49,5	49,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Creo que lo más importante a la hora de seleccionar socios es que sean competentes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	2	1,0	1,0	1,0
	Moderado Desacuerdo	4	2,0	2,0	3,0
	Leve Desacuerdo	13	6,5	6,5	9,5
	Leve Acuerdo	35	17,5	17,5	27,0
	Moderado Acuerdo	55	27,5	27,5	54,5
	Total Acuerdo	91	45,5	45,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Gráfico



Frecuencias

Estadísticos					
		Creo que para tener éxito en un negocio es necesario conocer al cliente para ofrecerle lo mejor	Me comprometo a fondo con el logro de mis metas laborales	Me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi trabajo.	Me siento satisfecho(a) cuando logro desarrollar una idea novedosa de emprendimiento laboral
N	Válidos	200	200	200	200
	Perdidos	0	0	0	0

Estadísticos			
		Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas y oportunidades de negocios.	Normalmente busco compañeros de trabajo que les guste explorar nuevas formas de hacer las cosas.
N	Válidos	200	200
	Perdidos	0	0

Tabla de frecuencia

Creo que para tener éxito en un negocio es necesario conocer al cliente para ofrecerle lo mejor					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	5	2,5	2,5	2,5
	Moderado Desacuerdo	6	3,0	3,0	5,5
	Leve Desacuerdo	10	5,0	5,0	10,5
	Leve Acuerdo	34	17,0	17,0	27,5
	Moderado Acuerdo	38	19,0	19,0	46,5
	Total Acuerdo	107	53,5	53,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Me comprometo a fondo con el logro de mis metas laborales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	4	2,0	2,0	2,0
	Moderado Desacuerdo	4	2,0	2,0	4,0
	Leve Desacuerdo	5	2,5	2,5	6,5
	Leve Acuerdo	20	10,0	10,0	16,5
	Moderado Acuerdo	48	24,0	24,0	40,5
	Total Acuerdo	119	59,5	59,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	3	1,5	1,5	1,5
	Moderado Desacuerdo	6	3,0	3,0	4,5
	Leve Desacuerdo	5	2,5	2,5	7,0
	Leve Acuerdo	12	6,0	6,0	13,0
	Moderado Acuerdo	41	20,5	20,5	33,5
	Total Acuerdo	133	66,5	66,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Me siento satisfecho(a) cuando logro desarrollar una idea novedosa de emprendimiento laboral

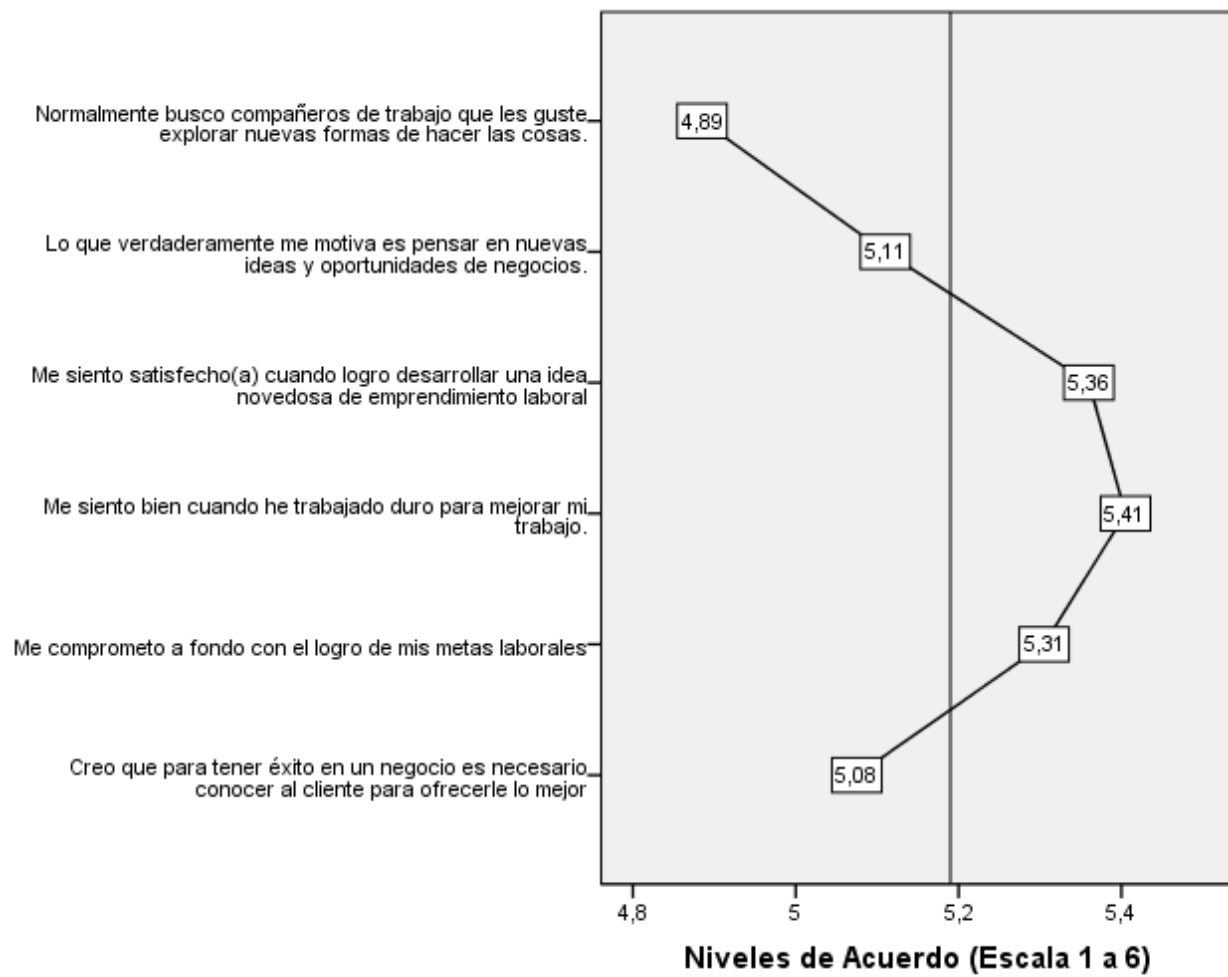
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	4	2,0	2,0	2,0
	Moderado Desacuerdo	5	2,5	2,5	4,5
	Leve Desacuerdo	4	2,0	2,0	6,5
	Leve Acuerdo	18	9,0	9,0	15,5
	Moderado Acuerdo	40	20,0	20,0	35,5
	Total Acuerdo	129	64,5	64,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas y oportunidades de negocios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	1	,5	,5	,5
	Moderado Desacuerdo	4	2,0	2,0	2,5
	Leve Desacuerdo	13	6,5	6,5	9,0
	Leve Acuerdo	34	17,0	17,0	26,0
	Moderado Acuerdo	50	25,0	25,0	51,0
	Total Acuerdo	98	49,0	49,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Normalmente busco compañeros de trabajo que les guste explorar nuevas formas de hacer las cosas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Total Desacuerdo	3	1,5	1,5	1,5
	Moderado Desacuerdo	7	3,5	3,5	5,0
	Leve Desacuerdo	12	6,0	6,0	11,0
	Leve Acuerdo	40	20,0	20,0	31,0
	Moderado Acuerdo	64	32,0	32,0	63,0
	Total Acuerdo	74	37,0	37,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Gráfico**Prueba T**

Estadísticos de grupo			
	Universidad	N	Media
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Universidad del Atlántico	100	3,8311
	Universidad de la Costa	100	3,9444
	CUC		
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Universidad del Atlántico	100	5,0188
	Universidad de la Costa	100	5,1313
	CUC		
Actitud Emprendedora: Autoestima	Universidad del Atlántico	100	4,6329
	Universidad de la Costa	100	4,5957
	CUC		
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Universidad del Atlántico	100	5,1717
	Universidad de la Costa	100	5,2083
	CUC		
Actitud Emprendedora Global	Universidad del Atlántico	100	4,6636
	Universidad de la Costa	100	4,7199
	CUC		

Estadísticos de grupo			
	Universidad	Desviación típ.	Error típ. de la media
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Universidad del Atlántico	,65810	,06581
	Universidad de la Costa	,79851	,07985
	CUC		
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Universidad del Atlántico	,81075	,08107
	Universidad de la Costa	,69162	,06916
	CUC		
Actitud Emprendedora: Autoestima	Universidad del Atlántico	,78699	,07870
	Universidad de la Costa	,86720	,08672
	CUC		
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Universidad del Atlántico	,87279	,08728
	Universidad de la Costa	,88869	,08887
	CUC		
Actitud Emprendedora Global	Universidad del Atlántico	,57628	,05763
	Universidad de la Costa	,61503	,06150
	CUC		

Prueba de muestras independientes

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	
		F	Sig.
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Se han asumido varianzas iguales	2,704	,102
	No se han asumido varianzas iguales		
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Se han asumido varianzas iguales	1,720	,191
	No se han asumido varianzas iguales		
Actitud Emprendedora: Autoestima	Se han asumido varianzas iguales	1,133	,288
	No se han asumido varianzas iguales		
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Se han asumido varianzas iguales	,006	,939
	No se han asumido varianzas iguales		
Actitud Emprendedora Global	Se han asumido varianzas iguales	,590	,443
	No se han asumido varianzas iguales		

Prueba de muestras independientes

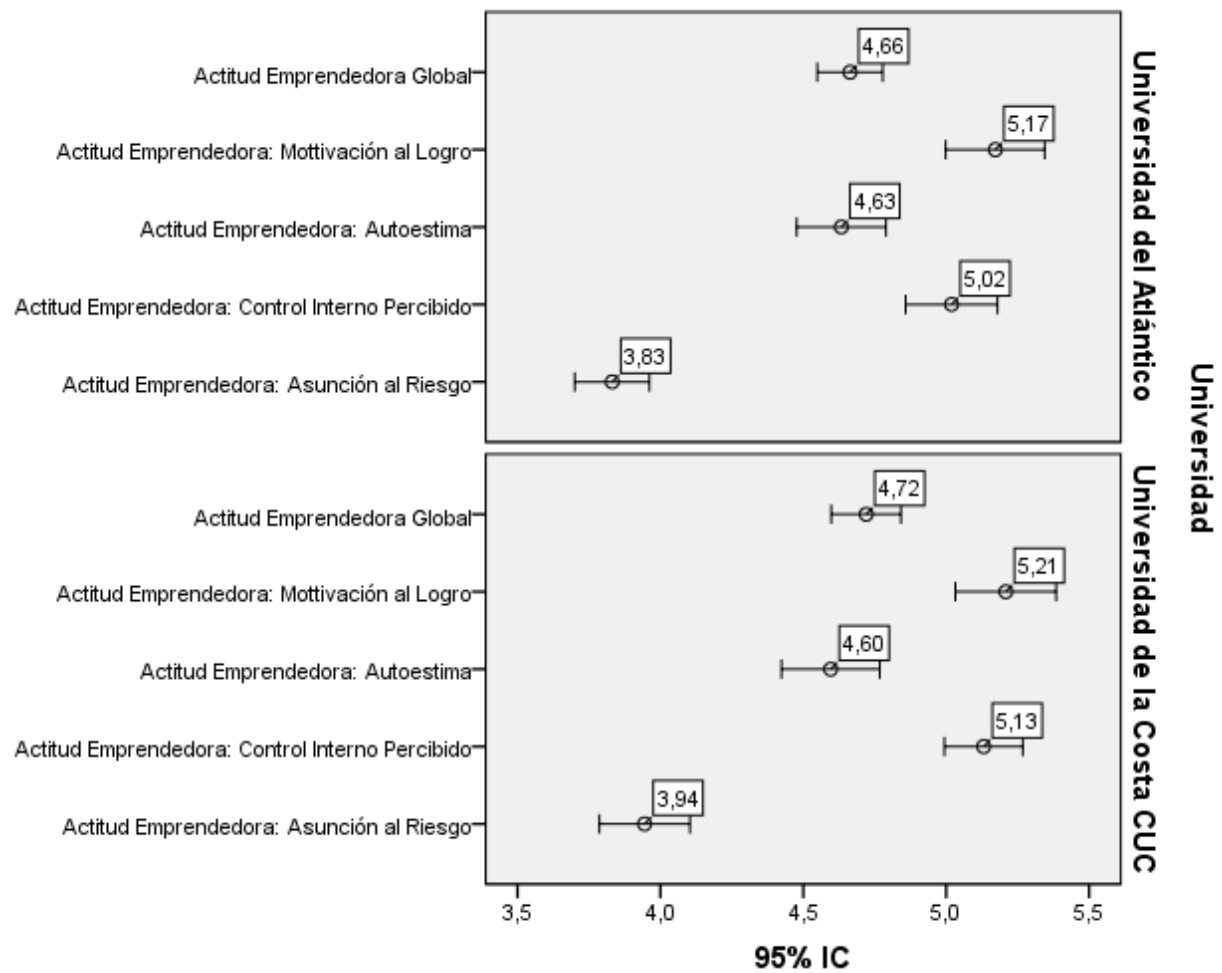
		Prueba T para la igualdad de medias		
		t	gl	Sig. (bilateral)
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Se han asumido varianzas iguales	-1,095	198	,275
	No se han asumido varianzas iguales	-1,095	191,030	,275
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Se han asumido varianzas iguales	-1,056	198	,292
	No se han asumido varianzas iguales	-1,056	193,201	,292
Actitud Emprendedora: Autoestima	Se han asumido varianzas iguales	,317	198	,751
	No se han asumido varianzas iguales	,317	196,164	,751
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Se han asumido varianzas iguales	-,294	198	,769
	No se han asumido varianzas iguales	-,294	197,935	,769
Actitud Emprendedora Global	Se han asumido varianzas iguales	-,668	198	,505
	No se han asumido varianzas iguales	-,668	197,167	,505

Prueba de muestras independientes

		Prueba T para la igualdad de medias	
		Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Se han asumido varianzas iguales	-,11333	,10347
	No se han asumido varianzas iguales	-,11333	,10347
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Se han asumido varianzas iguales	-,11250	,10657
	No se han asumido varianzas iguales	-,11250	,10657
Actitud Emprendedora: Autoestima	Se han asumido varianzas iguales	,03714	,11711
	No se han asumido varianzas iguales	,03714	,11711
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Se han asumido varianzas iguales	-,03667	,12456
	No se han asumido varianzas iguales	-,03667	,12456
Actitud Emprendedora Global	Se han asumido varianzas iguales	-,05634	,08428
	No se han asumido varianzas iguales	-,05634	,08428

Prueba de muestras independientes

		Prueba T para la igualdad de medias	
		95% Intervalo de confianza para la diferencia	
		Inferior	Superior
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Se han asumido varianzas iguales	-,31739	,09072
	No se han asumido varianzas iguales	-,31743	,09077
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Se han asumido varianzas iguales	-,32265	,09765
	No se han asumido varianzas iguales	-,32268	,09768
Actitud Emprendedora: Autoestima	Se han asumido varianzas iguales	-,19379	,26808
	No se han asumido varianzas iguales	-,19381	,26809
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Se han asumido varianzas iguales	-,28230	,20897
	No se han asumido varianzas iguales	-,28230	,20897
Actitud Emprendedora Global	Se han asumido varianzas iguales	-,22255	,10987
	No se han asumido varianzas iguales	-,22255	,10987

Gráfico**Prueba T**

Estadísticos de grupo

		¿Ha formulado algún proyecto de emprendimiento?	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	dimension1	Si	70	3,9683	,83409	,09969
		No	130	3,8444	,67019	,05878
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	dimension1	Si	70	5,0089	,87314	,10436
		No	130	5,1106	,68193	,05981
Actitud Emprendedora: Autoestima	dimension1	Si	70	4,5551	,81706	,09766
		No	130	4,6462	,83246	,07301
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	dimension1	Si	70	5,2476	,93498	,11175
		No	130	5,1590	,84904	,07447
Actitud Emprendedora Global	dimension1	Si	70	4,6950	,66057	,07895
		No	130	4,6900	,55945	,04907

Prueba de muestras independientes

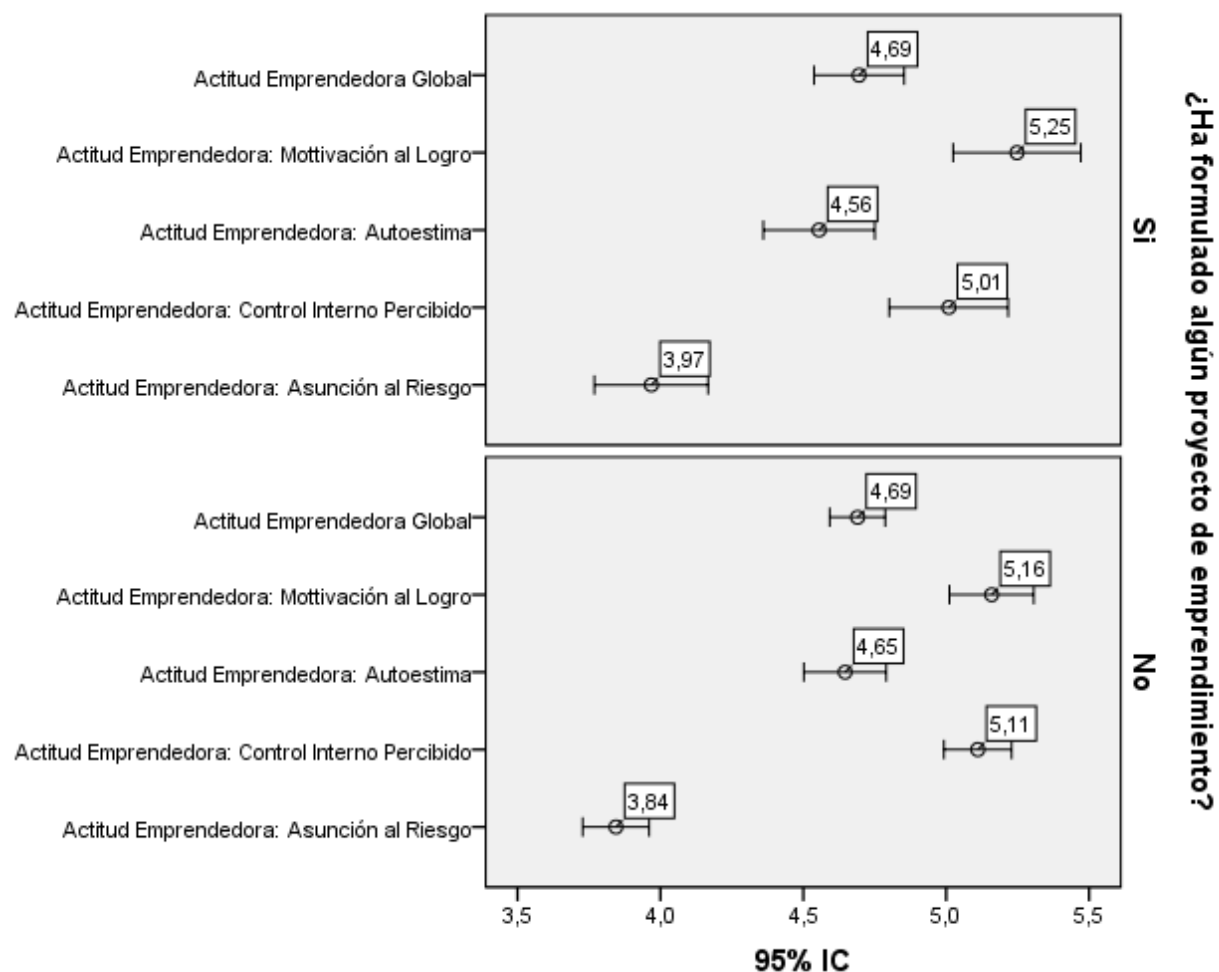
		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	
		F	Sig.
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Se han asumido varianzas iguales	5,393	,021
	No se han asumido varianzas iguales		
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Se han asumido varianzas iguales	2,341	,128
	No se han asumido varianzas iguales		
Actitud Emprendedora: Autoestima	Se han asumido varianzas iguales	,030	,862
	No se han asumido varianzas iguales		
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Se han asumido varianzas iguales	,110	,741
	No se han asumido varianzas iguales		
Actitud Emprendedora Global	Se han asumido varianzas iguales	2,419	,121
	No se han asumido varianzas iguales		

Prueba de muestras independientes		Prueba T para la igualdad de medias		
		t	gl	Sig. (bilateral)
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Se han asumido varianzas iguales	1,142	198	,255
	No se han asumido varianzas iguales	1,070	117,704	,287
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Se han asumido varianzas iguales	-,909	198	,364
	No se han asumido varianzas iguales	-,845	115,126	,400
Actitud Emprendedora: Autoestima	Se han asumido varianzas iguales	-,743	198	,459
	No se han asumido varianzas iguales	-,747	143,683	,456
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Se han asumido varianzas iguales	,680	198	,498
	No se han asumido varianzas iguales	,660	130,154	,510
Actitud Emprendedora Global	Se han asumido varianzas iguales	,056	198	,956
	No se han asumido varianzas iguales	,053	122,795	,958

Prueba de muestras independientes		Prueba T para la igualdad de medias	
		Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Se han asumido varianzas iguales	,12381	,10844
	No se han asumido varianzas iguales	,12381	,11573
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Se han asumido varianzas iguales	-,10165	,11179
	No se han asumido varianzas iguales	-,10165	,12028
Actitud Emprendedora: Autoestima	Se han asumido varianzas iguales	-,09105	,12262
	No se han asumido varianzas iguales	-,09105	,12193
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Se han asumido varianzas iguales	,08864	,13045
	No se han asumido varianzas iguales	,08864	,13429
Actitud Emprendedora Global	Se han asumido varianzas iguales	,00494	,08845
	No se han asumido varianzas iguales	,00494	,09296

Prueba de muestras independientes		Prueba T para la igualdad de medias	
		95% Intervalo de confianza para la diferencia	
		Inferior	Superior
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Se han asumido varianzas iguales	-,09004	,33766
	No se han asumido varianzas iguales	-,10538	,35299
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Se han asumido varianzas iguales	-,32211	,11881
	No se han asumido varianzas iguales	-,33990	,13661
Actitud Emprendedora: Autoestima	Se han asumido varianzas iguales	-,33286	,15076
	No se han asumido varianzas iguales	-,33207	,14996
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Se han asumido varianzas iguales	-,16861	,34590
	No se han asumido varianzas iguales	-,17703	,35432
Actitud Emprendedora Global	Se han asumido varianzas iguales	-,16949	,17937
	No se han asumido varianzas iguales	-,17907	,18895

Gráfico



Prueba T

Estadísticos de grupo

Trabaja Actualmente			Error típ. de la media			
		N	Media	Desviación típ.		
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Si	143	3,9596	,75239		
	No	57	3,7076	,65014		
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Si	143	5,0769	,78371		
	No	57	5,0702	,67934		
Actitud Emprendedora: Autoestima	Si	143	4,6434	,82882		
	No	57	4,5414	,82231		
Actitud Emprendedora: Motivación al Logro	Si	143	5,2226	,87968		
	No	57	5,1082	,87881		
Actitud Emprendedora Global	Si	143	4,7256	,60972		
	No	57	4,6068	,55291		

Prueba de muestras independientes

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	
		F	Sig.
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Se han asumido varianzas iguales	1,495	,223
	No se han asumido varianzas iguales		
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Se han asumido varianzas iguales	,132	,716
	No se han asumido varianzas iguales		
Actitud Emprendedora: Autoestima	Se han asumido varianzas iguales	,103	,748
	No se han asumido varianzas iguales		
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Se han asumido varianzas iguales	,302	,583
	No se han asumido varianzas iguales		
Actitud Emprendedora Global	Se han asumido varianzas iguales	,126	,723
	No se han asumido varianzas iguales		

Prueba de muestras independientes

		Prueba T para la igualdad de medias		
		t	gl	Sig. (bilateral)
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Se han asumido varianzas iguales	2,219	198	,028
	No se han asumido varianzas iguales	2,363	118,438	,020
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Se han asumido varianzas iguales	,057	198	,955
	No se han asumido varianzas iguales	,061	118,070	,952
Actitud Emprendedora: Autoestima	Se han asumido varianzas iguales	,787	198	,432
	No se han asumido varianzas iguales	,790	103,822	,431
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Se han asumido varianzas iguales	,831	198	,407
	No se han asumido varianzas iguales	,831	103,174	,408
Actitud Emprendedora Global	Se han asumido varianzas iguales	1,276	198	,203
	No se han asumido varianzas iguales	1,331	112,979	,186

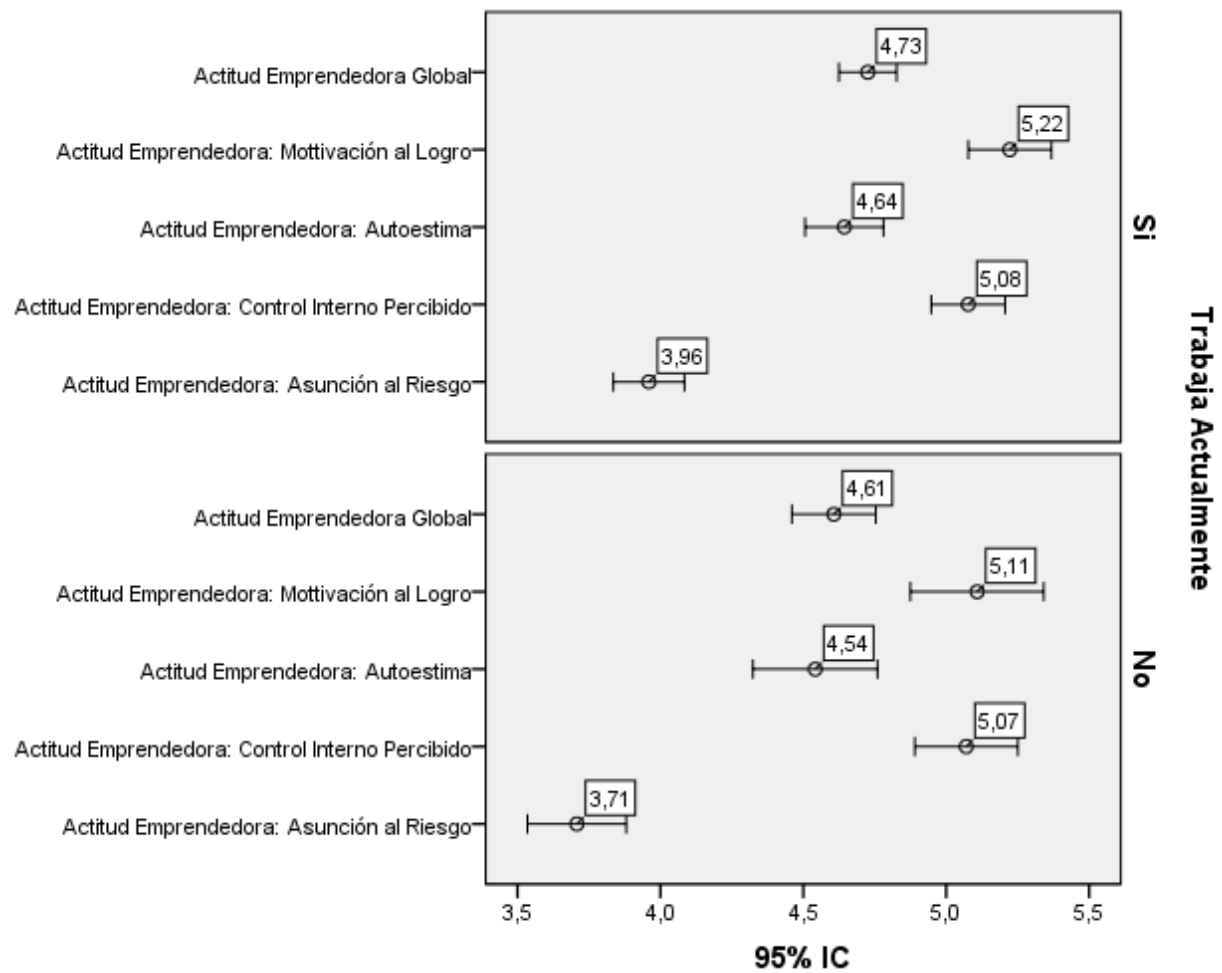
Prueba de muestras independientes

		Prueba T para la igualdad de medias	
		Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Se han asumido varianzas iguales	,25199	,11355
	No se han asumido varianzas iguales	,25199	,10665
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Se han asumido varianzas iguales	,00675	,11837
	No se han asumido varianzas iguales	,00675	,11132
Actitud Emprendedora: Autoestima	Se han asumido varianzas iguales	,10200	,12954
	No se han asumido varianzas iguales	,10200	,12910
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Se han asumido varianzas iguales	,11442	,13776
	No se han asumido varianzas iguales	,11442	,13770
Actitud Emprendedora Global	Se han asumido varianzas iguales	,11879	,09308
	No se han asumido varianzas iguales	,11879	,08924

Prueba de muestras independientes

		Prueba T para la igualdad de medias	
		95% Intervalo de confianza para la diferencia	
		Inferior	Superior
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Se han asumido varianzas iguales	,02806	,47593
	No se han asumido varianzas iguales	,04081	,46318
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Se han asumido varianzas iguales	-,22668	,24017
	No se han asumido varianzas iguales	-,21369	,22719
Actitud Emprendedora: Autoestima	Se han asumido varianzas iguales	-,15345	,35746
	No se han asumido varianzas iguales	-,15401	,35802
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Se han asumido varianzas iguales	-,15724	,38608
	No se han asumido varianzas iguales	-,15866	,38751
Actitud Emprendedora Global	Se han asumido varianzas iguales	-,06476	,30234
	No se han asumido varianzas iguales	-,05800	,29558

Gráfico



Correlaciones

Correlaciones				
		Capital Social: Cooperación Org.	Capital Social: Reciprocidad Org.	Capital Social: Confianza Org.
Capital Social: Cooperación Org.	Correlación de Pearson	1	,789**	,731**
	Sig. (bilateral)		,000	,000
	N	200	200	200
Capital Social: Reciprocidad Org.	Correlación de Pearson	,789**	1	,696**
	Sig. (bilateral)	,000		,000
	N	200	200	200
Capital Social: Confianza Org.	Correlación de Pearson	,731**	,696**	1
	Sig. (bilateral)	,000	,000	
	N	200	200	200
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Correlación de Pearson	,746**	,682**	,681**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
	N	200	200	200
Capital Social de las Organizaciones	Correlación de Pearson	,911**	,874**	,878**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
	N	200	200	200
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Correlación de Pearson	,063	,062	,042
	Sig. (bilateral)	,372	,382	,557
	N	200	200	200
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Correlación de Pearson	,290**	,304**	,294**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
	N	200	200	200
Actitud Emprendedora: Autoestima	Correlación de Pearson	,123	,179*	,033
	Sig. (bilateral)	,083	,011	,643
	N	200	200	200
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Correlación de Pearson	,337**	,364**	,257**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
	N	200	200	200
Actitud Emprendedora Global	Correlación de Pearson	,278**	,312**	,212**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,003
	N	200	200	200

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral).

Correlaciones

		Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Capital Social de las Organizaciones	Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo
Capital Social: Cooperación Org.	Correlación de Pearson	,746**	,911**	,063
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,372
	N	200	200	200
Capital Social: Reciprocidad Org.	Correlación de Pearson	,682**	,874**	,062
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,382
	N	200	200	200
Capital Social: Confianza Org.	Correlación de Pearson	,681**	,878**	,042
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,557
	N	200	200	200
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Correlación de Pearson	1	,891**	,120
	Sig. (bilateral)		,000	,089
	N	200	200	200
Capital Social de las Organizaciones	Correlación de Pearson	,891**	1	,084
	Sig. (bilateral)	,000		,238
	N	200	200	200
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Correlación de Pearson	,120	,084	1
	Sig. (bilateral)	,089	,238	
	N	200	200	200
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Correlación de Pearson	,261**	,321**	,188**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,008
	N	200	200	200
Actitud Emprendedora: Autoestima	Correlación de Pearson	,052	,101	,468**
	Sig. (bilateral)	,461	,154	,000
	N	200	200	200
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Correlación de Pearson	,238**	,329**	,222**
	Sig. (bilateral)	,001	,000	,002
	N	200	200	200
Actitud Emprendedora Global	Correlación de Pearson	,226**	,284**	,611**
	Sig. (bilateral)	,001	,000	,000
	N	200	200	200

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones			
		Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Actitud Emprendedora: Autoestima
Capital Social: Cooperación Org.	Correlación de Pearson	,290**	,123
	Sig. (bilateral)	,000	,083
	N	200	200
Capital Social: Reciprocidad Org.	Correlación de Pearson	,304**	,179*
	Sig. (bilateral)	,000	,011
	N	200	200
Capital Social: Confianza Org.	Correlación de Pearson	,294**	,033
	Sig. (bilateral)	,000	,643
	N	200	200
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Correlación de Pearson	,261**	,052
	Sig. (bilateral)	,000	,461
	N	200	200
Capital Social de las Organizaciones	Correlación de Pearson	,321**	,101
	Sig. (bilateral)	,000	,154
	N	200	200
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Correlación de Pearson	,188**	,468**
	Sig. (bilateral)	,008	,000
	N	200	200
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Correlación de Pearson	1	,333**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	200	200
Actitud Emprendedora: Autoestima	Correlación de Pearson	,333**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	200	200
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Correlación de Pearson	,714**	,475**
	Sig. (bilateral)	,000	,000
	N	200	200
Actitud Emprendedora Global	Correlación de Pearson	,753**	,772**
	Sig. (bilateral)	,000	,000
	N	200	200

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Correlaciones			
		Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Actitud Emprendedora Global
Capital Social: Cooperación Org.	Correlación de Pearson	,337**	,278**
	Sig. (bilateral)	,000	,000
	N	200	200
Capital Social: Reciprocidad Org.	Correlación de Pearson	,364**	,312**
	Sig. (bilateral)	,000	,000
	N	200	200
Capital Social: Confianza Org.	Correlación de Pearson	,257**	,212**
	Sig. (bilateral)	,000	,003
	N	200	200
Capital Social: Responsabilidad Social Org.	Correlación de Pearson	,238**	,226**
	Sig. (bilateral)	,001	,001
	N	200	200
Capital Social de las Organizaciones	Correlación de Pearson	,329**	,284**
	Sig. (bilateral)	,000	,000
	N	200	200
Actitud Emprendedora: Asunción al Riesgo	Correlación de Pearson	,222**	,611**
	Sig. (bilateral)	,002	,000
	N	200	200
Actitud Emprendedora: Control Interno Percibido	Correlación de Pearson	,714**	,753**
	Sig. (bilateral)	,000	,000
	N	200	200
Actitud Emprendedora: Autoestima	Correlación de Pearson	,475**	,772**
	Sig. (bilateral)	,000	,000
	N	200	200
Actitud Emprendedora: Mottivación al Logro	Correlación de Pearson	1	,828**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	200	200
Actitud Emprendedora Global	Correlación de Pearson	,828**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	200	200

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).